

**EFEKTIFITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP  
PENERAPAN PRINSIP – PRINSIP *GOOD GOVERNANCE* di TNI AU**

**(Studi pada Akun @\_TNIAU)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**M. Haniefan Muslim**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

## Abstrak

### **Efektifitas Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Penerapan Prinsip – Prinsip *Good Governance* di TNI AU (Studi pada akun @\_TNIAU)**

Oleh:

**M. Haniefan Muslim**

Media sosial twitter membuka peluang baru bagi instansi maupun lembaga pemerintah dalam berkomunikasi dan membina hubungan dengan publik. Salah satu instansi negara yang menggunakan twitter sebagai *media relations* adalah TNI Angkatan Udara. Akun twitter @\_TNIAU merupakan akun resmi dari TNI AU. Akun ini mulai aktif pada tahun 2012 dan sudah terverifikasi resmi dari twitter. Pada pertengahan 2016, akun ini menjadi viral di dunia maya dikarenakan tampil dengan pendekatan yang berbeda dari akun – akun instansi pemerintah lainnya. Admin dari akun @\_TNIAU dalam menyampaikan cuitan kepada para pengikutnya, menggunakan bahasa gaul yang seakan tidak merepresentasikan sebuah akun resmi dari TNI AU. Hadirnya akun @\_TNIAU mendukung kebijakan pemerintah dalam menyelenggarakan *good governance* pasca reformasi. Pemerintah dituntut untuk mulai mengembangkan dimensi keterbukaan, mudah diakses, *accountable* dan transparan. Instansi dan lembaga pemerintah mulai menyadari untuk membangun pemerintahan yang sehat, bersih dan berwibawa, termasuk didalamnya instansi TNI AU. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and effect*. Tipe penelitian ini adalah eksplanasi dengan menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Berdasarkan perhitungan dengan rumus regresi linear sederhana dapat diketahui bahwa twitter efektif dalam menerapkan prinsip – prinsip *good governance* sebesar 25,4% sedangkan sisanya 74,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Hipotesis yang diajukan diterima, terbukti dengan  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,773 > 1,661$ ).

Kata kunci: *Good Governance*, Media Sosial, Twitter, TNI AU.

## ***Abstract***

### ***The Effectivity of The Use of Social Media Twitter Towards The Implementation of Good Governance Principals in TNI AU (Study of Twitter Account @\_TNIAU)***

***By :***

***M. Haniefan Muslim***

*Twitter social media open up new opportunities for institutions and government agencies to communicate and build relationships with the public. One of the state agencies that use twitter as media relations is the Indonesia Air Force. Twitter account @\_TNIAU an official account of the Indonesia Air Force. This account was active in 2012 and it has been verified from the official twitter. In mid-2016, this account went viral in cyberspace due to appear with a different approach from the accounts other government agencies. Admin account @\_TNIAU in conveying nudge to his followers, using the slang seemed not represent an official account of the Air Force. The presence @\_TNIAU account support government policy in implementing good governance after the reform. Governments are required to begin developing the dimension of openness, accessible, accountable and transparent. Institutions and government agencies began to realize to build a government that is healthy, clean and respectable, including the Air Force agencies. The theory used in this research is the theory of the uses and effects. This type of research is explanatory by using quantitative methods. The total sample of 100 respondents who are determined using the formula Slovin. Technic used data collection was a questionnaire. Based on the calculation simple linear regression formula can be seen that twitter effective in applying the principles of good governance by 25.4% while the remaining 74.6% is influenced by other factors. The proposed hypothesis is accepted, as evidenced by  $t$  is greater than  $t$  table ( $5.773 > 1.661$ ).*

*Keywords: Good Governance, Social Media, Twitter, Indonesia Airforce.*

**EFEKTIFITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP  
PENERAPAN PRINSIP – PRINSIP *GOOD GOVERNANCE* di TNI AU**

**(Studi pada Akun @\_TNIAU)**

**Oleh**

**M. HANIEFAN MUSLIM**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar**

**SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

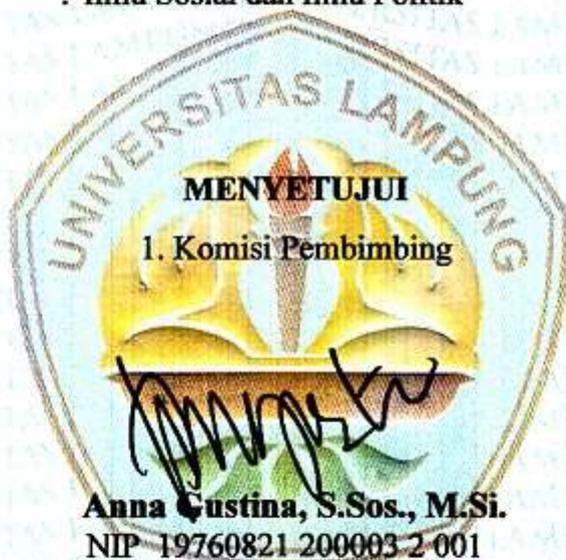
**Judul Skripsi** : **EFEKTIFITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TWITTER TERHADAP PENERAPAN PRINSIP-  
PRINSIP *GOOD GOVERNANCE* DI TNI AU  
(Studi pada Akun @\_TNAU)**

**Nama Mahasiswa** : **M Haniefan Muslim**

**No. Pokok Mahasiswa** : 1216031056

**Jurusan** : Ilmu Komunikasi

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

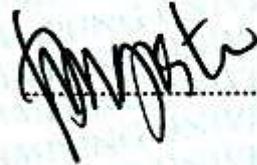
*Dhanik*

**Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.**  
NIP 19760422 200012 2 001

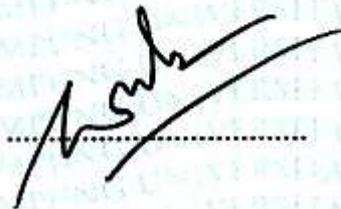
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Anna Gustina, S.Sos., M.Si.**

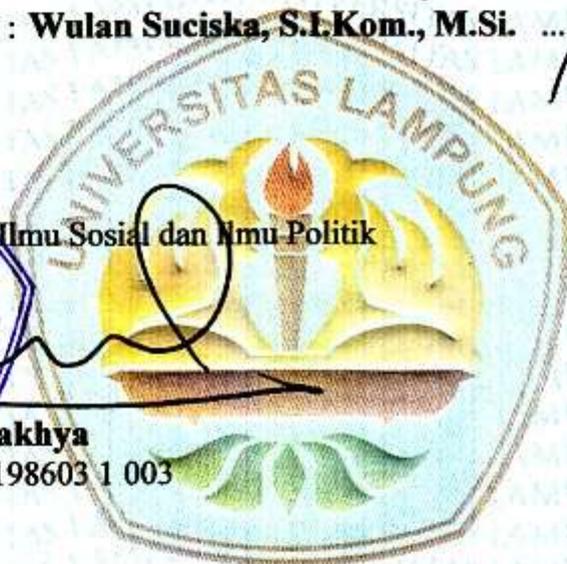


**Penguji Utama : Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.**



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dr. Syarif Makhya**  
NIP 19590803 198603 1 003



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Februari 2017**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : M. Haniefan Muslim  
**NPM** : 1216031056  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Alamat Rumah** : Jalan Nunyai Blok A No 3B Kelurahan Rajabasa Nunyai,  
Kecamatan Rajabasa, Bandar Lampung.  
**No. Handphone** : 082184023675

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Efektifitas Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Penerapan Prinsip – Prinsip Good Governance di TNI AU (Studi pada Akun @\_TNIAU)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 9 Februari 2017

Saya yang Menyatakan,



M. Haniefan Muslim

NPM. 1216031056

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Muhammad Haniefan Muslim. Dilahirkan di Surabaya pada tanggal 30 Desember 1990. Penulis merupakan putra pertama dari empat bersaudara, buah hati dari pasangan Moch. Toha, M.Ti dan Siti Nuryani. Penulis menempuh pendidikan di Taman Kanak-Kanak Al-Kautsar pada tahun 1996, SD AL-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 1998, MTsn 1 Bandar Lampung pada tahun 2003, Pondok Modern Darussalam Gontor, Ponorogo pada tahun 2006. Pada tahun 2012 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota HMJ Ilmu Komunikasi dan pernah diamanatkan sebagai ketua bidang *Research and Development* periode kepengurusan 2013-2015. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Margomulyo, Kec. Tumijajar, Kab. Tulang Bawang Barat pada Juli 2015 dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di LPP TVRI Provinsi Lampung pada bulan Februari 2016.

*Motto*

*It Always Seems Impossible Until  
It's Done*

-Nelson Mandela-

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

سورة الإنشراح ٥-٦

## *PERSEMBAHAN*

*Kupersembahkan skripsiku ini kepada.....*

*Keluarga ku tercinta*

*Ayah dan Mama*

*Dini, Helmi dan Fitri*

## SANWACANA

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan nikmat, anugerah serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Efektifitas Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Penerapan Prinsip - Prinsip Good Governance di TNI AU (Studi Pada Akun Twitter @\_TNIAU)”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Dengan dibekali oleh keyakinan, ketabahan serta kemauan yang keras, bimbingan dan ridho dari Allah SWT, serta bantuan dari berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung  
Bapak Dr. Syarief Makhya.
2. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mcomn&MediaSt Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, terimakasih untuk segala kerja kerasnya untuk kemajuan jurusan Ilmu Komunikasi serta keiklasannya dalam mendidik dan membantu mahasiswa selama ini.

3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, sekaligus Dosen Penguji. Terimakasih untuk segala keiklasannya dalam mendidik dan membantu mahasiswa selama ini serta memberikan saran dan kritik yang membangun kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Kepada Ibu Anna Gustina, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi sekaligus Pembimbing Akademik yang telah meluangkan banyak waktu dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan penulis banyak ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen, staff, administrasi dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Mas Agus, Mas Hendro terimakasih banyak mas sudah membantu dalam mengurus laboratorium, dan Mbawaria yang telah membantu penulis mengurus surat menyurat demi kelancaran skripsi ini
6. Kedua orangtuaku, Ayah dan Mama tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu.
7. Kepada ketiga adikku, Nurfidini Azmi, S.Farm, A.pt, M. Helmy Abdillah dan Nurfitri Sholehati terimakasih untuk segala doa dan dukunganya. Semoga kita bisa selalu kompak dan bisa membuat Ayah dan Mama bangga dengan anak – anaknya.
8. Salam takzim untuk para Kyaiku, Dr. K.H. Abdullah Syukri Zarkasyi, K.H. Hasan Abdullah Sahal dan K.H. Syamsul Hadi Abdan, S.Ag beserta

seluruh *asatidz* Pondok Modern Darussalam Gontor, terimakasih telah memberikan pendidikan akademis maupun karakter yang sangat bermanfaat sampai saat ini.

9. Keluarga besar *Prime and Pattern Generation* 2010 Konsulat Lampung, Terimakasih telah menemani perjuangan ketika di pondok dan setelah lulus dari pondok.
10. Keluarga, *brother from another mother*, sahabat terbaik OLOY PRODUCTION. Ardiansyah Prima Aditya, S.I.Kom, Aprian Putra, S.I.Kom, Calvin Muttaqien Tenggono, S.I.Kom, Cliff Alexander Freeth, Egy Dwika Destarata Sukaryo, Indra Prathama Putra, Jefry Wahyu Astono, Muhammad Arfad, Muhammad Fachry Rizko, Muhammad Rifki Firdaus, dan Mohammad Febry Romadhon. Kalian lah yang selama lebih dari 4 tahun mengisi kehidupan penulis, canda tawa duka kita jalani bersama. Berawal dari hobi lalu menjadi profesi, belajar bersama, meningkatkan kualitas diri untuk menjadi pribadi yang semakin baik. Terima kasih telah memberikan motivasi, masukan, cacian, hinaan yang tentunya bertujuan untuk kebaikan diri penulis. Semoga persahabatan kita terus terjaga dan bisa menggapai kesuksesan sesuai apa yang kita harapkan.
11. Terimakasih untuk Ika Novianna Wardhani, S.I.Kom, Pujiati Sri W, S.I.Kom dan Hartati yang akan segera S.I.Kom atas bantuannya kepada penulis dari awal mengerjakan skripsi, menjadi mahasiswa pembahas sampai selesainya skripsi ini disusun, semoga kalian sukses di masa depan dan mendapatkan Imam seperti apa yang kalian harapkan.

12. Keluarga besar Ilmu Komunikasi Angkatan 2012, Terimakasih telah menjadi bagian penting dalam kehidupan dikampus, semoga kita bisa sukses dikemudian hari.
13. *The Best of 2012*, Monica Septiani, Shyntia Hani Tiara, Dianita Ananda, Zulfa Fadhila, Widya Athidira, Nurul Maulia, Amelia Maryska, Dwi Anggraeni, Riva Muthia, Aulia Veramita, Dendy Yudha, Dicky Desmanto, dan Rezky Fajar Passa, tidak ada kata bosan jika bersama kalian, nonton bareng, *Barbaque* an bareng, maen jempol dan *werewolf* bareng. Semoga kita bisa sukses bersama kelak. Aamiin !
14. Teman – teman 2013 dan 2014, mereka bukan sekedar adik tingkat biasa, Gagah, Leo, Sigit, Amsal, Jo, Sule, Risky Af, Ridho, Ladi, Adi, Ilham, Diwang, Vina, Dian, Astrid, Silvi, Bibeh, Fani, Bertha, Janu, Ucup, Tio, Gele, Jambul, Iqbal, Gery, Bayu Ardi dan yang lainnya, terimakasih sudah membantu HMJ Ilmu Komunikasi dan Jurusan Ilmu Komunikasi untuk semakin baik dan kece.
15. Lebih dari kakak tingkat biasa, teman – teman 2010, Ardika, Ahong, Togar, dan Waskito, teman – teman 2011, Jaya, Aji, Fajri, Riksa, Bowir, Manda, Rizal, Said, Gepeng, Riksa, Reza, Bayu, Arta, Riki dan Riski Congor, Teman – teman 2009, Puri, Radhit, Ije, dan Barker, Kak Bagus 2008, Kak Fathir, Kak Reksa dan Kak Ibo 2007, terimakasih telah mengajarkan makna keluarga di Jurusan Ilmu Komunikasi.
16. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya dimasa kepengurusan Rizki Kurniawan, terima kasih telah mengajarkan bahwa Komunikasi bukan hanya sekedar teori saja, namun

juga dibutuhkan *soft skill* untuk menyempurnakannya. Semoga HMJ Ilmu Komunikasi bisa semakin baik kedepannya dan terus bersinergi dengan Jurusan Ilmu Komunikasi dalam menghasilkan mahasiswa dan alumni yang berkualitas.

17. Adik-adik Komunikasi Angkatan 2015, 2016, dan seterusnya, jika kalian membaca skripsi ini baik untuk menyusun skripsi sebagai penelitian terdahulu, maupun untuk perkuliahan MPS, MPK dan Manajemen Riset, pesan penulis semoga kalian bisa mempertahankan dan meningkatkan apa yang telah dicapai oleh Jurusan Ilmu Komunikasi, dan percayalah kuliah tidak hanya sekedar angka IPK, namun perlu organisasi dan pengembangan *skill* untuk menunjang kalian nantinya dalam berkarir. Semoga skripsi ini bermanfaat.

18. Teman-Teman KKN (Kuliah Kerja Nyata), Desa Margomulyo, Kecamatan Tumijajar, Tulang Bawang Barat. Derry, Pepi, Nike, Muthia, Nafi, dan Murni, sungguh dua bulan yang penuh dengan cerita, terimakasih telah membantu untuk mencapai nilai A dalam mata kuliah KKN. Semoga suatu hari ketika sudah sukses semua, kita bisa berkumpul dan bersilaturahmi dengan bapak, ibu, bude dan pakde di Margomulyo.

19. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung selama penulis mengenyam pendidikan di Unila, Asus, Yamaha, Canon, Indiehome, Google, Spotify, McDonald, KFC, Kantin Ngadino, Kantin Mba Ens, Fotocopy Pancar, Laboratorium Produksi TV dan semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih !

Semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis, mungkin tidak dapat penulis balas secara langsung. Semoga Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan.

Bandar Lampung, 9 Februari 2017

Penulis,

Muhammad Haniefan Muslim

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah .....	9
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Tinjauan Tentang Media Sosial.....	16
2.3 Tinjauan Tentang Twitter .....	18
2.3.1 Definisi Twitter .....	18
2.3.2 Penggunaan Twitter .....	20
2.4 Tinjauan Tentang <i>Good Governance</i> .....	22
2.4.1 Definisi <i>Good Governance</i> .....	22
2.4.2 Manfaat <i>Good Governance</i> .....	23
2.4.3 Prinsip <i>Good Governance</i> .....	24
2.5 Tinjauan Tentang Akun @_TNIAU.....	25
2.6 Landasan Teoritis .....	27
2.6.1 Teori <i>Uses and Effects</i> .....	27
2.7 Kerangka Pikir.....	29

2.8	Hipotesis .....	32
-----	-----------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Tipe Penelitian.....	33
3.2	Variabel Penelitian .....	34
3.3	Definsi Konseptual .....	34
3.4	Definisi Operasional.....	37
3.5	Populasi .....	42
3.6	Sampel .....	42
3.7	Teknik Sampling .....	44
3.8	Sumber Data .....	44
3.9	Skala Data dan Penentuan Skor.....	45
3.10	Uji Validitas.....	46
3.11	Hasil Uji Validitas .....	46
3.12	Uji Reabilitas .....	49
3.13	Hasil Uji Reabilitas.....	49
3.14	Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.15	Teknik Analisis Data .....	51
3.16	Uji Hipotesis.....	52

### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

4.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
4.2	Sejarah TNI Angkatan Udara .....	54
4.3	Organisasi TNI Angkatan Udara .....	56
4.4	Akun @_TNIAU .....	57

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1	Karakteristik Responden .....	60
5.2	Hasil Analisis Tabel Pengguna Media Sosial Twitter (Variabel X).....	64
5.3	Hasil Analisis Tabel Prinsip <i>Good Governance</i> (Y) .....	83
5.4	Uji Regresi Linear Sederhana.....	104
5.5	Analisis Determenasi .....	105
5.6	Uji Hipotesis.....	106
5.7	Pembahasan Pada Analisi Tabel Penggunaan Media Sosial Twitter (Variabel X) .....	107
5.8	Pembahasan Pada Analisis Tabel Prinsip – prinsip <i>Good Governance</i> (VariabelY) .....	116
5.9	Pembahasan Menurut Tujuan Penelitian .....	124
5.10	Pembahasan Menurut Teori Yang Digunakan .....	128

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1	Kesimpulan.....	131
6.2	Saran .....	133

## **DAFTAR PUSAKA**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1 Data <i>followers</i> .....	9
2 Penelitian Terdahulu .....	15
3 Istilah dalam <i>Twitter</i> .....	19
4 Kerangka Pikir Penelitian .....	30
5 Operasional Variabel Penelitian .....	38
6 Uji Validitas Variabel X .....	47
7 Uji Validitas variabel Y .....	48
8 Alpha Variabel X .....	49
9 Daftar interpretasi koefisien r .....	50
10 Alpha Variabel Y .....	50
11 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	60
12 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
13 Karakteristik Responden Berdasarkan Awal Mula Mengikuti Akun @_TNIAU .....	63
14 Media Sosial Yang Di Gunakan Untuk Mencari Informasi Mengenai Akun @_TNIAU.....	63
15 Berdasarkan bahasa non formal dalam setiap pesan yang disampaikan .....	64
16 Berdasarkan keatraktifan bahasa yang digunakan oleh admin @_TNIAU .....	66
17 Berdasarkan frekuensi penggunaan Bahasa Inggris dalam setiap pesan yang disampaikan oleh akun @_TNIAU.....	67

18 Berdasarkan penyampaian informasi yang edukatif .....	68
19 Berdasarkan penyampaian informasi yang informatif .....	69
20 Berdasarkan frekuensi balasan tweet atau gambar yang ditautkan ke akun @_TNIAU .....	71
21 Berdasarkan frekuensi <i>retweet</i> an terhadap sesuatu yang ditautkan ke akun @_TNIAU .....	72
22 Berdasarkan kemudahan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan oleh akun @_TNIAU kepada <i>followers</i> .....	73
23 Berdasarkan peran akun @_TNIAU dalam menghubungkan <i>stakeholder</i> terkait dengan isu – isu yang disampaikan oleh masyarakat atau <i>followers</i> .....	73
24 Berdasarkan frekuensi responden dalam <i>me-retweet</i> di akun @_TNIAU .....	75
25 Berdasarkan frekuensi responden dalam melakukan <i>mention</i> ke akun @_TNIAU .....	75
26 Berdasarkan frekuensi responden dalam memfavoritkan <i>tweet</i> yang disampaikan oleh akun @_TNIAU.....	76
27 Akun @_TNIAU membuat program yang menarik .....	77
28 Berdasarkan penyampaian pesan yang dicuitkan tidak selalu berbentuk teks, namun terkadang gambar, video atau <i>hyperlink</i> .....	78
29 Berdasarkan pemahaman followers terhadap cuitan yang disampaikan oleh akun @_TNIAU yang menggunakan gambar atau video .....	79
30 Kerjasama antar instansi yang dilakukan oleh akun @_TNIAU membuat penyampaian kepada <i>followers</i> lebih efisien .....	81

31	Kerjasama antar instansi yang dilakukan oleh akun @_TNIAU membuat penyampaian kepada <i>followers</i> lebih efektif .....	82
32	Berdasarkan pada pemberian informasi mengenai persyaratan rekrutmen calon anggota TNI AU .....	84
33	Berdasarkan pemberian informasi mengenai tenggat waktu rekrutmen calon anggota TNI AU.....	85
34	Berdasarkan pemberian informasi mengenai tempat pendaftaran rekrutmen calon anggota TNI AU.....	86
35	Berdasarkan pemberian informasi mengenai kebijakan TNI AU kepada masyarakat dan pihak terkait.....	87
36	Berdasarkan keterbukaan informasi mengenai kebijakan publik TNI AU dibatasi oleh peran dan kedudukan TNI AU sebagai lembaga pertahanan negara.....	88
37	Berdasarkan informasi mengenai rekrutmen calon anggota TNI AU yang dapat diakses melalui akun @_TNIAU.....	89
38	Berdasarkan kesesuaian informasi yang diberikan oleh akun @_TNIAU dengan fakta di lapangan.....	91
39	Berdasarkan keterlibatan stakeholder dan masyarakat, terkait dengan kebijakan TNI AU.....	92
40	Berdasarkan respon dari <i>stakeholder</i> terkait kebijakan yang dilontarkan oleh akun @_TNIAU .....	93
41	Berdasarkan respon dari <i>followers</i> terkait kebijakan yang dilontarkan oleh akun @_TNIAU .....	94
42	Akun @_TNIAU merupakan salah satu metode TNI AU dalam berpartisipasi dalam kehidupan sosial dengan masyarakat.....	95

43 Akun @_TNIAU mendukung pelaksanaan fungsi dan peran TNI AU sesuai standar operasional prosedur sebagai lembaga pertahanan negara.....	97
44 Akun @_TNIAU memberikan respon terhadap pemberitaan terkait pelanggaran dan sanksi di lingkungan TNI AU .....	99
45 Akun @_TNIAU mendukung adanya kepastian dan penegakan hukum di lingkungan TNI AU .....	100
46 Akun @_TNIAU mendukung tindakan terhadap setiap pelanggaran hukum di lingkungan TNI AU .....	101
47 Akun @_TNIAU memberikan pemahaman mengenai pentingnya kepatuhan terhadap hukum dan peraturan.....	102
48 Uji regresi linear sederhana .....	104
49 Analisis Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 <i>Tweet</i> Akun @_TNIAU .....	4
2 <i>Tweet</i> Tanggapan Akun @_TNIAU.....	4
3 <i>Tweet</i> Tanggapan Akun @_TNIAU terhadap Pemberitaan Negatif.....	7
4 Pernyataan Akun @_TNIAU terkait Pemberitaan Negatif .....	8
5 Respon <i>netizen</i> terhadap <i>Tweet</i> @_TNIAU .....	8
6 Tanggapan @_TNIAU terhadap <i>tweet</i> Ratna Sarumpaet.....	26
7 <i>Tweet</i> @_TNIAU tentang Kegiatan TNI AU.....	26
8 Admin Akun @_TNIAU Membalas <i>Tweet</i> .....	27
9 Tanggapan @_TNIAU terhadap <i>tweet</i> Ratna Sarumpaet.....	58
10 <i>Tweet</i> @_TNIAU tentang Kegiatan TNI AU.....	59
11 Admin Akun @_TNIAU Membalas <i>Tweet</i> .....	59
12 Cuitan bahasa non formal.....	65
13 Cuitan bahasa yang menarik.....	66
14 Cuitan berbahasa Inggris .....	68
15 Cuitan informasi yang edukatif .....	69
16 Informasi mengenai kegiatan TNI AU .....	70
17 Cuitan frekuensi respon dari mention yang ditautakn ke TNI AU .....	71
18 Cuitan peran akun @_TNIAU dalam menghubungkan ke stakeholder Terkait isu yang disampaikan oleh masyarakat.....	74

19 Cuitan mengenai penggunaan #AskTNIAU dalam bertanya.....	76
20 Cuitan mengenai pembuatan program yang menarik. ....	78
21 Cuitan yang dibantu dengan menggunakan video.....	79
22 Cuitan yang menggunakan gambar .....	80
23 Penyampaian pesan mengenai berita <i>hoax</i> .....	81
24 Cuitan mengenai pengadaan alutista TNI AU .....	83
25 Cuitan mengenai persyaratan rekrutmen .....	84
26 Cuitan mengenai tenggat waktu rekrutmen.....	85
27 Cuitan mengenai tempat pendaftaran rekrutmen TNI AU .....	86
28 Cuitan mengenai pemberian informasi tentang kebijakan TNI AU .....	88
29 Cuitan mengenai keterbukaan TNI AU yang dibatasi oleh kedudukan TNI AU sebagai lembaga pertahanan negara .....	89
30 Bio akun @_TNIAU .....	90
31 Informasi acara Angkasa Yudha 2016 .....	91
32 Cuitan mengenai balasan terkait kebijakan pembelian alutista dari <i>followers</i> .....	92
33 Cuitan DPR RI tentang dukungan pengadaan alutista di TNI.....	93
34 <i>Polling</i> dari akun @_TNI mengenai calon pengganti pesawat C-130 Hercules apabila sudah purna-tugas .....	95
35 Cuitan akun @_TNI dalam mendukung pencegahan berita hoax .....	96
36 Cuitan akun @_TNIAU dalam merespon mengenai pembelian helikopter AW101 .....	98
37 Cuitan TNI AU dalam merespon kasus Sarirejo .....	99

38 Cuitan mengenai pembentukan tim investigasi kasus Sarirejo .....	101
39 Cuitan mengenai dukungan tindakan apabila terjadi pelanggaran hukum di TNI.....	102
40 Cuitan yang mengajak masyarakat untuk mematuhi hukum yang berlaku .....	103

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Internet saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Dengan internet orang-orang dapat terhubung dan berkomunikasi satu sama lain (Onggo,2004 : 1). Salah satu produk dari internet yang menjadikan masyarakat saling terhubung dan mendapat informasi adalah media sosial. Menurut Chris Brogan (2010 : 11) dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan media sosial sebagai berikut:

*“Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person”*. (Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa).

Media sosial mampu menghilangkan jarak dan waktu yang ada. Informasi yang disuguhkan dapat diterima langsung oleh pengguna. Twitter merupakan salah satu jejaring sosial yang mendunia. Hampir seluruh masyarakat di berbagai belahan dunia menggunakannya, termasuk di Indonesia. Pada tahun 2015 pengguna twitter di Indonesia mencapai 50 juta pengguna<sup>1</sup>. Kemunculan media sosial yang baru, seperti *instagram*, *path* dan *snapchat* tidak membuat twitter ditinggalkan begitu saja, bahkan menurut survey yang dilakukan oleh lembaga riset IPSOS

---

<sup>1</sup> ( <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150326141025-185-42076/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-akhirnya-terungkap/> diakses 7/20/2016 pada pukul 21.40 WIB).

menyatakan kelas menengah atas di Indonesia lebih suka bersosialisasi di *platform* twitter dan menjadikannya sebagai sumber informasi utama.<sup>2</sup> Salah satu media sosial yang sampai saat ini masih diminati oleh masyarakat adalah Twitter.

Twitter semakin memanjakan penggunanya dengan berbagai tambahan fitur-fitur baru di dalamnya seperti, dapat mengunggah video dengan durasi 140 detik yang sebelumnya hanya 30 detik dan memberikan *sticker* baru bagi penggunanya. Twitter diidentifikasi sebagai jejaring sosial yang tidak hanya dapat digunakan oleh perseorangan saja namun juga memungkinkan perusahaan, organisasi atau instansi untuk secara langsung berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun hubungan dengan *stakeholdernya*.

Saat ini, dunia *Public Relations* memanfaatkan internet dalam menyampaikan pesan instansi atau lembaga kepada publiknya. Dengan jumlah populasi pengguna internet yang besar dan terus berkembang maka pemasar dan praktisi humas di seluruh dunia mulai menggunakan media sosial, seperti twitter untuk berbagai macam keperluannya. Secara dinamis media sosial mengubah cara orang dalam berbagi ide dan interaksi. Institusi atau lembaga dapat menggunakan teknologi dalam membangun identitas atau citra dari institusi atau lembaga tersebut, bukan hanya di dunia nyata namun juga di dunia maya. Media sosial twitter membuka peluang baru bagi instansi maupun lembaga dalam berkomunikasi dan membina hubungan dengan publik. Salah satu instansi negara yang menggunakan twitter sebagai *media relations* adalah TNI Angkatan Udara Republik Indonesia.

---

<sup>2</sup> <http://www.indotelko.com/kanal?c=bid&it=twitter-diminati-kelas-menengah> diakses 8/18/2016 pada pukul 21.16 WIB

TNI Angkatan Udara atau disingkat TNI AU adalah salah satu cabang angkatan perang dan merupakan bagian dari Tentara Nasional Indonesia yang bertanggung jawab atas operasi pertahanan Negara Republik Indonesia di Udara. TNI AU dipimpin oleh seorang Kepala Staf Angkatan Udara (KASAU) yang menjadi pemimpin tertinggi di Markas Besar Angkatan Udara (MABESAU). Saat ini KASAU dijabat oleh Marsekal TNI Agus Supriatna<sup>3</sup>. Dalam kesatuan TNI AU terdapat Badan Pelaksana Pusat (BALAKPUS) yang membawahi kedinasan TNI AU. Kedinasan TNI AU yang mempunyai tugas membina dan menyelenggarakan fungsi penerangan Angkatan Udara secara terpadu dan berlanjut, meliputi pengolahan informasi menjadi bahan penerangan kepada masyarakat umum dan keluarga besar Angkatan Udara adalah Dinas Penerangan Angkatan Udara (DISPENAU).

Akun twitter @\_TNIAU merupakan salah satu produk dari DISPENAU. Akun yang mulai aktif pada tahun 2012 sudah mendapat lisensi *verified* dari twitter yang menandakan bahwa akun ini resmi dari TNI AU. Akun ini sempat menjadi perbincangan netizen di dunia maya, karena tampil dengan pendekatan yang jauh berbeda dibandingkan dengan akun-akun resmi instansi pemerintahan lain, selain itu, admin dari akun @\_TNIAU dalam menyampaikan *tweet* nya dan menyapa *followers* nya menggunakan bahasa gaul dan terkesan *nyeleneh* yang tidak merepresentasikan sebagai akun resmi dari TNI AU.

---

<sup>3</sup> <https://tni-au.mil.id/content/tentang-kami> diakses 11/13/2016 pada pukul 19.16 WIB



Gambar 1. *Tweet* Akun @\_TNIAU  
 Sumber: akun Twitter @\_TNIAU

Akun @\_TNIAU mulai menjadi viral di dunia maya sejak pertengahan 2016 ketika akun ini merespons tuduhan Ketua Gerakan Selamatkan Indonesia (GSI) Ratna Sarumpaet mengenai kasus Kalijodo yang mengatakan bahwa ada keterlibatan oknum TNI dan Polisi dalam pengusuran Kalijodo.



Gambar 2. *Tweet* Tanggapan Akun @\_TNIAU  
 Sumber: akun Twitter @\_TNIAU

Pendekatan berbeda yang dilakukan TNI AU melalui twitternya mendapat sambutan yang positif dari masyarakat banyak diterima karena dinilai lebih dekat dengan masyarakat dengan bahasa gaul yang digunakan. Akun @\_TNIAU juga memberikan informasi, baik seputar alutista TNI AU, pendaftaran menjadi prajurit TNI AU dan bahkan terkadang pertanyaan-pertanyaan yang sekedar candaan. Respon positif yang diterima akun @\_TNIAU dari masyarakat tentunya akan

berpengaruh terhadap pandangan masyarakat tentang TNI, khususnya TNI AU. Melalui akun @\_TNIAU, TNI AU dibawah DISPENAU berusaha menjalin hubungan, baik dari pihak eksternal maupun dari pihak internal. Terciptanya sebuah hubungan dan citra yang baik antara instansi atau lembaga dengan pihak – pihak lain akan menimbulkan sebuah kepercayaan yang berasal dari masyarakat maupun dari instansi atau lembaga lain.

Dahulu, di masa orde baru TNI mempunyai dwi fungsi yaitu, sebagai fungsi tempur dan fungsi pembina wilayah atau pembina masyarakat. Dwi fungsi merupakan kekuatan sosial, kekuatan rakyat yang saling bahu – membahu dengan kekuatan rakyat lainnya. Kenyataannya, pada masa orde baru dengan dwi fungsi sebagai alat kekuasaan, demokrasi tidak berjalan dengan baik, sebab dwi fungsi militer yang dominan telah menghalangi partisipasi rakyat, mengekang kebebasan asasi warga negara. (William,1992 : 29). Peristiwa reformasi pada tahun 1998 turut menuntut perombakan dalam tubuh ABRI, yang dikenal dengan reformasi internal ABRI. Tuntutan terhadap reformasi dikalangan ABRI muncul dari berbagai komponen masyarakat, termasuk dari kalangan militer sendiri. Salah satu bentuk perombakan internal dalam tubuh ABRI adalah penghapusan dwi fungsi ABRI.

Sejalan dengan perkembangan sistem pemerintahan di Indonesia, dituntut adanya sebuah paradigma baru dalam menyelenggarakan pemerintahan, yaitu paradigma sistem pemerintahan yang mengarah pada *Good Governance*. Hal ini merujuk pada perkembangan kebijakan pemerintahan yang baik dengan

mengembangkan dimensi keterbukaan, mudah diakses, dapat diandalkan dan transparan. TNI di era reformasi, mendukung penerapan *Good Governance* dalam birokrasinya, hal ini berdasarkan pernyataan Panglima TNI Laksamana TNI Agus Suhartono pada peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke – 67.<sup>4</sup>

*Good Governance* adalah penyelenggaraan pemerintahan negara yang solid dan bertanggung jawab, serta efisien dan efektif, dengan menjaga kesinergian interaktif yang konstruktif diantara domain negara, sektor swasta dan masyarakat (Sedarmayanti, 2007 : 2). Pengertian *Good Governance* juga terdapat dalam peraturan pemerintah (PP) nomor 101 tahun 2000, yaitu pemerintahan yang mengembangkan dan menerapkan prinsip – prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efesiens, efektifitas, supremasi hukum dan dapat diterima oleh seluruh masyarakat.

Akun twitter @\_TNIAU tentunya mempunyai tujuan yang sesuai dengan visi dari DISPENAU yaitu membangun, membina dan memelihara citra positif TNI AU. Instansi atau lembaga pemerintah memerlukan citra positif agar dapat diterima oleh masyarakat. Konsep *Good Governance* merupakan bentuk dari perwujudan citra positif. Melihat pada perkembangan kebijakan pemerintah sekarang, pemerintah dituntut untuk mulai mengembangkan dimensi keterbukaan, mudah diakses, *accountable* dan transparan. Instansi dan lembaga pemerintahan mulai menyadari untuk membangun pemerintahan yang sehat, bersih dan berwibawa, termasuk didalamnya instansi TNI AU.

---

<sup>4</sup> <http://www.lensaIndonesia.com/2012/07/18/panglima-tni-pimpim-upacara-bendera-17di-lanud-halimjakarta-timur.html> diakses pada 7/10/2016 pukul 23.06 WIB)

*Public relations* di suatu institusi pemerintahan adalah bagian yang sangat penting dalam pemerintahan untuk menyelenggarakan *Good Governance*. Merupakan sebuah “jembatan penghubung” antara pemerintah kepada publik dalam melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan organisasi maupun publik, sehingga tercapai transparansi penyelenggaraan pemerintahan yang efisien dan efektif.

Menurut Sedarmayanti (2009 : 289), salah satu bentuk dari prinsip *Good Governance* adalah supremasi hukum atau *Rule of Law* bagi pelanggar hukum, baik dari sipil maupun dari militer. Dalam beberapa tahun terakhir, TNI sempat diberitakan dengan berbagai pemberitaan negatif, terutama mengenai masalah HAM maupun dari segi alutista yang sudah usang. Kasus terbaru adalah mengenai konflik lahan di Medan yang melibatkan antara TNI AU dan masyarakat.



Gambar 3. *Tweet* Tanggapan Akun @\_TNIAU terhadap Pemberitaan Negatif  
 Sumber: akun Twitter @\_TNIAU

Kasus tersebut terdapat di, salah satu portal berita online menautkan akun twitter @\_TNIAU dan @Puspen\_TNI. Berita ini segera direspon oleh @\_TNIAU dengan memposting suatu pernyataan.



Gambar 4. Pernyataan Akun @\_TNIAU terkait Pemberitaan Negatif  
Sumber: akun Twitter @\_TNIAU

Pernyataan yang di *posting* oleh @\_TNIAU turut mendapat respon oleh salah satu netizen.



Gambar 5. Respon *netizen* terhadap *Tweet* @\_TNIAU  
Sumber: akun Twitter @\_TNIAU

Penulis memilih judul ini sebagai bahan penelitian karena masih banyaknya perusahaan, lembaga maupun institusi yang memanfaatkan Twitter sebagai alat komunikasi dengan publik dan sebagai media promosi. Penulis memilih akun @\_TNIAU sebagai objek penelitian karena institusi ini dinilai cukup aktif dalam memberi informasi dan menjawab pertanyaan dari para pengikutnya (followers). Berikut penulis berikan tabel keaktifan tiga matra TNI di media sosial twitter :

Matra	Tahun Aktif	<i>Followers</i>	<i>Tweet</i>	Keterangan
TNI AD	2015	4.927	4.349	Terverifikasi
TNI AL	2011	11.514	970	Belum Terverifikasi
TNI AU	2012	98.864	24.897	Terverifikasi

Tabel 1. Data *followers*

*Sumber:* akun Twitter @\_TNIAU, @TNIAL1 dan @tni\_ad

Data yang tertera pada tabel diatas diambil pada tanggal 2 November 2016. Melalui data yang telah penulis sebutkan diatas, dapat kita simpulkan bahwa akun @\_TNIAU lebih aktif dibanding beberapa akun instansi yang sama-sama bergerak pada bidang militer.

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini membahas mengenai penggunaan media sosial twitter terhadap penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* di TNI AU. Agar penelitian ini lebih fokus, terarah dan tidak meluas, penulis membatasi *followers* yang akan diteliti, adalah *followers* TNI AU yang aktif di *timeline* twitter akun @\_TNIAU dengan indikasi *followers* tersebut *men-tweet*, *me-retweet* dan memfavoritkan status yang diunggah oleh akun @\_TNIAU minimal 1 kali dalam 1 minggu, dari tanggal 1 Mei – 31 Oktober 2016. Pemilihan bulan Mei – Oktober berdasarkan, adanya peristiwa yang mengindikasikan penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* di TNI AU, seperti adanya perayaan hari ulang tahun TNI AU yang ke-70 dan sebuah kasus sengketa tanah di Medan yang melibatkan TNI AU.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- ✓ Apakah efektif penggunaan twitter terhadap penerapan prinsip *Good Governance* di TNI AU pada *followers*?
- ✓ Seberapa efektif penggunaan twitter terhadap penerapan prinsip *Good Governance* di TNI AU pada *followers*?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan twitter terhadap penerapan prinsip *Good Governance* di TNI AU pada *followers*?

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1.5.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi dan diharapkan juga bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan keefektifan penggunaan media sosial, terutama Twitter terhadap penerapan prinsip *Good Governance*.

#### 1.5.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran penulis dalam memberikan informasi mengenai keefektifan penggunaan Twitter terhadap penerapan prinsip *Good Governance*, sehingga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya yang sejenis.
2. Penelitian ini diharapkan berguna bagi instansi TNI AU untuk mengetahui apakah efektif dan seberapa efektif penggunaan Twitter terhadap penerapan prinsip *Good Governance* pada *followers*.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan unsur penting dalam melakukan sebuah penelitian. Penggunaan penelitian terdahulu, selain mempermudah penulis dalam membuat penelitian, juga agar terhindar dari kesalahan yang dibuat oleh penulis sebelumnya. Penelitian terdahulu yang nantinya akan penulis jelaskan, sudah penulis analisis terlebih dahulu, tentunya penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu mencakup media sosial twitter dan *Good Governance* dalam instansi pemerintahan. Berikut penulis berikan rangkuman mengenai penelitian yang sudah penulis baca, yang menjadi acuan dalam menyusun penelitian ini.

Penelitian pertama adalah mengenai Pengaruh Penggunaan Twitter Terhadap Pembentukan Citra Perusahaan Merpati Nusantara Pada *Followers*. Penelitian ini dibuat oleh Rahmadiana mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung pada tahun 2014. Penelitian ini memfokuskan mengenai media sosial twitter perusahaan maskapai penerbangan Indonesia, Merpati Nusantara dapat membentuk citra positif untuk perusahaan tersebut. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah, penelitian ini mengungkap apakah terdapat

pengaruh penggunaan media sosial Twitter terhadap pembentukan citra perusahaan Merpati *Airlines*. Sedangkan, penelitian penulis adalah mengenai keefektifitasan penggunaan media sosial Twitter terhadap penerapan prinsip – prinsip penerapan *Good Governance*.

Penelitian Rahmadiana (2014) menjadi bahan referensi bagi penulis dalam penggunaan teori. Teori yang digunakan penulis adalah Teori *Uses and Effects*. Teori tersebut penulis gunakan untuk membantu melihat apakah penggunaan media sosial Twitter juga berpengaruh terhadap penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* dalam tubuh TNI AU.

Penelitian berikutnya adalah mengenai Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan *Good Governance* (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial *LAPOR !* sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara *Online* Oleh Deputi I Kantor Staf Presiden). Penelitian ini dilakukan oleh Anindita Lintang Pakuningjati dari Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Anindita Lintang Pakuningjati memfokuskan penelitian ini pada media sosial, seperti website, aplikasi di *smartphone* dan layanan *sms* dalam mewujudkan *Good Governance* Pemerintah Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Anindita Lintang memberikan kontribusi bagi penulis dalam menganalisis penggunaan media sosial dalam membentuk dan menerapkan prinsip – prinsip *Good Governance* dalam suatu pemerintahan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anindita Lintang menyatakan bahwa adanya pengaruh penggunaan media sosial dalam membentuk dan menerapkan prinsip – prinsip *Good Governance*, walaupun masih kurang maksimal karena

masih sedikitnya lembaga atau instansi pemerintah yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana menerapkan prinsip – prinsip *Good Governance*.

Penelitian terakhir yang penulis jadikan sebagai referensi adalah sebuah jurnal yang ditulis oleh Ivanie Destila Sari dan Suhirman mengenai, Pemanfaatan Media Sosial Twitter dalam Perwujudan *Open Government* di Kota Bandung (Studi Kasus: Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung). Jurnal ini dilakukan oleh mahasiswi dan mahasiswa SAPPK, Institut Teknologi Bandung. Jurnal ini mengupas mengenai pemanfaatan media sosial Twitter dalam mewujudkan *Open Government* di lingkungan Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung.

Perbedaan dari jurnal ini dengan penelitian yang sedang penulis lakukan adalah, jurnal menggunakan metode penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif. Pemanfaatan media sosial twitter dalam jurnal ini untuk melihat perwujudan dari *Open Government*. Hasil dari jurnal ini, dapat disimpulkan Twitter dimanfaatkan oleh DBMP Kota Bandung dalam menyampaikan informasi publik mengenai bahaya atau bencana dan informasi kebijakan publik. Twitter juga dimanfaatkan untuk menerima laporan dari masyarakat. DBMP Kota Bandung telah mengembangkan mekanisme yang jelas terkait pemanfaatan Twitter dalam melakukan transparansi. Jurnal ini berkontribusi dalam memberikan acuan mengenai faktor – faktor yang mendasari bahwa media sosial Twitter dapat dimanfaatkan dalam mewujudkan suatu sistem pemerintahan yang baru, dalam hal ini *Open Government*.

1.	Judul	Pengaruh Penggunaan Twitter Terhadap Pembentukan Citra Perusahaan Merpati Nusantara Pada <i>Followers</i> .
	Penulis	Rahmadiana, mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung 2014.
	Kontribusi bagi Peneliti	Memberikan refrensi mengenai penggunaan teori <i>uses and effects</i> .
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian dan metode penelitian yang digunakan.
2.	Judul	Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan <i>Good Governance</i> (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial <i>LAPOR !</i> sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara <i>Online</i> Oleh Deputy I Kantor Staf Presiden).
	Penulis	Anindita Lintang Pakuningjati, mahasiswi Universitas Gadjah Mada 2015.
	Kontribusi bagi Peneliti	Membantu dalam menganalisis penggunaan media sosial dalam membentuk dan menerapkan prinsip – prinsip <i>Good Governance</i> dalam instansi pemerintahan.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian ini adalah jenis penggunaan media sosial yang berbeda. Penelitian ini menjadikan <i>website</i> sebagai objek yang diteliti.
3.	Judul	Pemanfaatan Media Sosial Twitter dalam Perwujudan <i>Open Government</i> di Kota Bandung (Studi Kasus: Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung).
	Penulis	Ivanie Destila Sari dan Suhirman, mahasiswa Institut Teknologi Bandung 2013.
	Kontribusi bagi Peneliti	Memberikan acuan mengenai faktor – faktor yang mendasari bahwa media sosial Twitter dapat dimanfaatkan dalam mewujudkan suatu sistem pemerintahan yang baru, dalam hal ini <i>Open Government</i> .
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan dari jurnal ini dengan penelitian yang sedang penulis lakukan adalah, jurnal menggunakan metode penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif, selain itu jurnal ini mengangkat pemanfaatan media sosial Twitter dalam menerapkan <i>Open Government</i> .

Tebel 2. Penelitian Terdahulu

## 2.2. Tinjauan Tentang Media Sosial

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content* (Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, 2010 : 65)

Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti Twitter, Facebook, Blog, Fosquare, dan lainnya (Puntoadi, 2011 : 35).

Media sosial memiliki kelebihan untuk *bookmarking*, *content*, *sharing*, dan *creating opinion*. Untuk jenis media sosial seperti Twitter dapat menciptakan serta menggerakkan komunitas, mengendalikan *traffic* di blog, *website*. Bisa digunakan untuk menguji reaksi pasar (Puntoadi, 2011 : 36).

Dalam pandangan Dennis McQuail (2011), kelebihan media sosial dibanding media konvensional adalah sebagai berikut :

- a. *Interactivity*, kemampuan sifat interaktif yang hampir sama dengan kemampuan interaktif komunikasi antarpersonal.
- b. *Social presence (sociability)* yaitu berperan besar membangun *sense of personal contact* dengan partisipan komunikasi lain.

- c. *Media Richness*, yaitu menjadi jembatan bila terjadi perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat – isyarat, serta lebih peka dan lebih personal.
- d. *Autonomy*, yaitu memberikan kebebasan tinggi bagi pengguna untuk mengendalikan isi dan penggunaannya. Melalui *new media*, pengguna dapat bersikap independen terhadap sumber komunikasi.
- e. *Playfulness*, yaitu sebagai hiburan dan kenikmatan.
- f. *Privacy*, yaitu fasilitas yang bisa membuat peserta komunikasi menggunakan media dan isi sesuai dengan kebutuhan.
- g. *Personalization*, menekankan bahwa isi pesan dalam komunikasi dan penggunaannya.

Menurut Hadi Purnama (2011) media sosial mempunyai beberapa karakteristik khusus, diantaranya :

- a. Jangkauan (*reach*) : Daya jangkauan media sosial dari skala kecil hingga khalayak global.
- b. Aksesibilitas (*accessibility*) : Media sosial lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya terjangkau.
- c. Penggunaan (*usability*) : Media sosial relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
- d. Aktualitas (*immediacy*) : Media sosial dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
- e. Tetap (*permanence*) : Media sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

## 2.3 Tinjauan tentang Twitter

### 2.3.1 Definisi Twitter

*Twitter* merupakan jenis situs jejaring sosial pertemanan yang memungkinkan para penggunanya mendapatkan relasi dengan mendaftarkan dirinya pada situs tersebut. *Twitter* didirikan oleh 3 orang, yaitu: Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams pada bulan Maret tahun 2006. Setiap Anda menulis status pada *Twitter*, status tersebut disebut sebagai *Tweets*. Jumlah maksimal karakter sebagai status hanya terbatas pada jumlah maksimal 140 karakter (Waloeyo, 2010 : 13).

Sebagai salah satu situs *micro-blogging* terkenal di dunia, *Twitter* terus mengembangkan fasilitas-fasilitas yang semakin memanjakan para anggotanya. Salah satunya untuk melakukan *sharing* gambar, musik, atau video. Berbagai macam aplikasi yang diberikan oleh *Twitter* antara lain *twitpic*, *tweetphoto*, *twitgoo*, *picktor*, *pickhur*, *twisten.fm*, *twt.fm*, *twiturm*, *songtwit*, *twitvid*, *twideo*, *twitc*, *yfrog*, *twitlens*, dan *twitdoc*. Aplikasi tersebut bisa dipakai dari berbagai macam *platform* seperti web, mobile, Blackberry, iPhone, dan lain-lain. *Twitter* memiliki kemampuan untuk dapat berkoneksi dengan situs jejaring sosial yang lain. Salah satu koneksi yang sering digunakan adalah antara *Twitter* dengan *Facebook*, *Twitter* dengan *Blogger* dan *Plurk* dengan *Twitter* (Waloeyo, 2010 : 15).

Wiranegara (2009) menyebutkan, dalam Rahmadiana (2014) ada beberapa istilah yang berkaitan dengan jejaring sosial *Twitter*:

Simbol / Istilah	Definisi
At (@)	Tanda @ digunakan untuk memanggil nama pengguna dalam <i>tweet</i> .
Follow/ikuti	Mengikuti seseorang di <i>Twitter</i> atau memilih untuk menerima <i>tweet</i> seseorang.
Follower/pengikut	Orang yang mengikuti pesan-pesan di <i>Twitter</i> / pengguna <i>Twitter</i> .
Avatar/batasan	Gambar profile pengguna.
Timeline	Istilah untuk menggambarkan kumpulan seluruh update dari pengguna akun <i>Twitter</i> yang Anda <i>follow</i> .
Unfollow	Berhenti mengikuti pengguna <i>Twitter</i> lain sehingga <i>tweet</i> mereka tidak muncul di <i>timeline</i> .
Bio	Deskripsi singkat yang digunakan untuk menjelaskan <i>profile</i> pengguna <i>Twitter</i> .
List/daftar	<i>Group</i> dalam <i>Twitter</i> .
Favorites/favorit	<i>Tweet</i> yang disukai atau menjadi favorit.
<i>Hashtags</i> (#)	Sebuah cara untuk <i>track/group/filter</i> konten yang terkait. Pengguna dapat membuat sebuah <i>hashtag</i> dengan hanya menambahkan tanda <i>hash</i> (#) di depan kata.
DM/PL	Singkatan dari <i>Direct Message</i> (DM) atau Pesan Langsung (PL). Merupakan <i>tweet</i> yang bersifat pribadi hanya diantara pengirim dan penerima.
<i>Retweet</i> (RT)	Menampilkan kembali <i>tweet</i> yang menarik dari pengguna lain.
Mention/sebutan	Menyebutkan pengguna lain dalam <i>tweet</i> dengan menyertakan tanda @ (namapengguna).
<i>Tweet</i> /kicauan	Pesan yang dikirim via <i>Twitter</i> yang berisi maksimal 140 karakter.
<i>Tweeter/Twitterer</i>	Pemegang akun di <i>Twitter</i> .

Tabel 3. Istilah dalam *Twitter* (Wiranegara, 2009 : 28)

### 2.3.2. Penggunaan Twitter

Setiap orang yang menggunakan suatu media pasti mengharapkan untuk mendapat kepuasan dari media tersebut dan tentunya akan menghabiskan waktunya untuk mengkonsumsi isi media tersebut. Setelah menggunakan media massa tersebut akan timbul hubungan antara individu yang mengkonsumsi sisi media tersebut dengan media massa. Bila timbul rasa puas, maka dapat dikatakan antar keduanya terjalin hubungan positif. Namun sebaliknya, akan timbul hubungan yang negatif bila individu tersebut merasa tidak puas karena mereka mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dan keinginannya. Penggunaan suatu media akan mempengaruhi dan memberi dampak yang besar bagi para penggunanya.

Menurut penelitian dari Chris Heuer pendiri *Social Media Club* dan inovator media baru, berpendapat dalam buku *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web* (Solis, 2010 : 37 ) bahwa terdapat 4 C dalam penggunaan sosial media, diantaranya Twitter memiliki :

#### 1. *Context*

“*How we frame our stories.*” adalah bagaimana membentuk sebuah pesan atau cerita (informasi) seperti bentuk dari sebuah pesan itu sendiri, penggunaan bahasa maupun isi dari pesan tersebut.

## 2. *Communication*

*“The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing.”* Adalah cara berbagi cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan, merespon, dengan berbagai cara seperti menambahkan gambar ataupun pengemasan pesan yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.

## 3. *Collaboration*

*“Working together to make things better and more efficient and effective.”* Adalah kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat hal baik yang lebih efektif dan efisien.

## 4. *Connection*

*“The relationships we forge and maintain.”* Yaitu pemeliharaan hubungan yang sudah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun maupun perusahaan pengguna media sosial.

Teori dari Chris Heuer menjelaskan bahwa komponen 4C merupakan komponen yang harus ada dalam setiap media sosial. Hal ini bertujuan untuk membuat media sosial tersebut mudah untuk digunakan serta bisa memenuhi tujuan dari individu yang menggunakannya.

## 2.4. Tinjauan Tentang *Good Governance*

### 2.4.1. Definisi *Good Governance*

*Good Governance* adalah penyelenggaraan pemerintahan negara yang solid dan bertanggung jawab, serta efisien dan efektif, dengan menjaga kesinergian interaktif yang konstruktif diantara domain negara, sektor swasta dan masyarakat (Sedarmayanti, 2007 : 36). Sedangkan, *Good Governance* menurut Mardiasmo (1998: 18) adalah suatu konsep pendekatan yang berorientasi kepada pembangunan sektor politik oleh pemerintah yang baik. Dwiyanto (2005 : 46) mengungkapkan bahwa *Good Governance* merujuk pada pengertian bahwa kekuasaan tidak lagi semata-mata dimiliki atau menjadi urusan pemerintah. *Governance* disini menekankan pada pelaksanaan fungsi *governing* secara bersama-sama oleh pemerintah dan institusi-institusi lain yaitu LSM, perusahaan swasta dan juga warga negara, termasuk pula institusi non pemerintah di dalamnya.

Pemerintah memberikan ruang bagi masyarakat untuk berperan untuk mengikis krisis kepercayaan masyarakat dan meningkatkan legitimasi agar kebijakan dan tindakan cenderung lebih dipatuhi masyarakat. Pada *Good Governance*, pemerintah tidak sekedar dimaknai sebagai sebuah lembaga pemerintah tetapi lebih kepada proses *governing* yang dilakukan secara kolaboratif antara lembaga pemerintah, lembaga semi pemerintah dan lembaga non pemerintah serta swasta yang berlangsung secara setara dan partisipatif. Meskipun begitu, peran pemerintah sebagai institusi tidak bisa dikesampingkan begitu saja. Pemerintah tetap memiliki peran dalam mengelola negara dan publik.

*Good Governance* dapat disimpulkan sebagai sebuah sistem administrasi yang melibatkan banyak pelaku, jaringan dan institusi di luar pemerintah untuk mengelola masalah dan kebutuhan publik. Setiap aktivitas melibatkan seluruh aktor (*multi-stakeholders*) dan membuka partisipasi aktif bagi seluruh aktor. Kini *Good Governance* menghadapi tantangan sekaligus peluang baru yaitu hadirnya teknologi, terutama media baru. Kehadiran media baru ini dapat membantu pemerintah dalam mewujudkan *Good Governance* sebab media baru memberikan kemudahan-kemudahan untuk melibatkan partisipasi masyarakat. Media baru membuka jalan komunikasi langsung antara pemerintah dan masyarakat yang akan meningkatkan partisipasi sekaligus transparansi. Dilain sisi, keterbukaan ini akan meningkatkan pengawasan publik, yang berarti akan memaksa pengelolaan pemerintah yang lebih baik lagi. Secara tidak langsung, kehadiran media baru saat ini memberi pengaruh positif bagi terwujudnya *Good Governance* (Anindita, 2015 : 39)

#### **2.4.2. Manfaat *Good Governance***

Manfaat yang diperoleh dari *Good Governance* menurut Bappenas dalam Sari dan Winarno (2012: 6) adalah:

- a. Terciptanya sistem kelembagaan dan ketatalaksanaan yang bersih, efisien, efektif, transparan, profesional dan akuntabel.
- b. Meningkatnya partisipasi masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik.
- c. Berkurangnya secara nyata praktek KKN di birokrasi.

d. Terjaminnya konsistensi dan kepastian hukum seluruh peraturan perundang-undangan baik di tingkat pusat maupun daerah.

### **2.4.3. Prinsip *Good Governance***

Dalam mewujudkan *good governance* dimulai dengan membangun landasan atau prinsip *good governance* berikut adalah prinsip *good governance* menurut Sedarmayanti (2009: 289) prinsip utama unsur *good governance* yakni transparansi, partisipasi, akuntabilitas, dan supremasi hukum aparat birokrasi adalah sebagai berikut:

1. *Openness and Transparency* (Keterbukaan dan Tranparansi), dengan indikator sebagai berikut :
  - ✓ Tersedianya informasi yang memadai dalam setiap proses penyusunan dan implementasi kebijakan publik.
  - ✓ Adanya akses pada informasi yang siap, mudah dijangkau, bebas diperoleh dan tepat waktu.
2. *Participation* (Partisipasi), dengan indikator sebagai berikut :
  - ✓ Adanya pemahaman penyelenggara negara tentang proses/metode partisipatif.
  - ✓ Adanya pengambilan keputusan yang didasarkan atas konsensus bersama.
3. *Accountability* (Tanggung Gugat), dengan indikator sebagai berikut :
  - ✓ Adanya kesesuaian antara pelaksanaan dengan standar prosedur pelaksanaan.

- ✓ Adanya sanksi yang diterapkan pada setiap kesalahan atau kelalaian dalam pelaksanaan kegiatan.

4. *Rule of Law* (Supremasi Hukum) dengan indikator minimal :

- ✓ Adanya kepastian dan penegakan hukum.
- ✓ Adanya tindakan terhadap setiap pelanggar hukum.
- ✓ Adanya pemahaman mengenai pentingnya kepatuhan terhadap hukum dan peraturan.

Kaitannya dengan teknologi informasi, menurut Sedarmayanti (2009: 313) perolehan dan penyebarluasan informasi dapat difasilitasi melalui media internet, penggunaan internet dalam rangka meningkatkan kinerja *governance* sudah menjadi perhatian banyak pihak, termasuk pemerintah.

## 2.5. Tinjauan Tentang Akun @\_TNIAU

Akun yang dikelola langsung oleh DISEPENAU ini sudah bergabung di twitter sejak Juni 2012. Akun ini sudah menjadi *verified account*, yang artinya akun ini sudah resmi milik TNI AU. *Followers* Akun ini sudah mencapai 97.000, jumlah *tweet* akun ini berjumlah 22.500. Akun @\_TNIAU mulai menjadi viral di jagad sosial media sejak pertengahan Mei 2016, saat itu terjadi kasus yang menjadi *headline* di hampir seluruh media, baik cetak maupun elektronik, yaitu pengusuran daerah Kalijodo oleh Gubernur Jakarta Basuki Tjahaja Putra atau Ahok. Ketua Gerakan Selamatkan Indonesia (GSI) Ratna Sarumpaet menuding bahwa aparat telah dibeli oleh Ahok demi memuluskan dalam pengusuran Kalijodo. Tanggapan yang dilontarkan oleh Ratna Sarumpaet melalui akun

twitternya @RatnaSpaet, mendapat respon yang cukup *kocak* oleh akun @\_TNIAU.



Gambar 6. Tanggapan @\_TNIAU terhadap *tweet* Ratna Sarumpaet  
*Sumber:* akun Twitter @\_TNIAU

Akun @\_TNIAU memberikan informasi, baik mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Angkatan Udara di seluruh Indonesia atau mengenai pendaftaran calon prajurit TNI AU.



Gambar 7. *Tweet* @\_TNIAU tentang Kegiatan TNI AU  
*Sumber:* akun Twitter @\_TNIAU

Akun ini juga mempunyai sesi Tanya jawab dengan para *Airmen*, sapaan untuk para *followers* @\_TNIAU. Sesi Tanya jawab tidak dilakukan setiap hari, namun biasanya hanya seminggu sekali. Pertanyaan yang dilontarkan tidak sebatas hanya seputar kedirgantaraan, namun terkadang pertanyaan – pertanyaan yang tidak penting juga ditanyakan oleh para *Airmen*. *Airmin*, sapaan akrab admin di akun @\_TNIAU selalu membalas pertanyaan yang ditanyakan oleh *Airmen* dengan candaan yang sopan atau terkadang hanya sekedar di *retweet*.



Gambar 8. Admin Akun @\_TNIAU Membalas Tweet

Sumber: akun Twitter @\_TNIAU

## 2.6. Landasan Teoritis

### 2.6.1. Teori *Uses and Effects*

Menurut Sendjaja (2005), *Uses and effects theory* pertama kali dipikirkan oleh Sven Windahl pada tahun 1979. Adanya teori ini merupakan sintesis dari teori sebelumnya, yaitu *uses and gratifications theory* dan teori tradisional

mengenai efek Konsep “*use*” merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari suatu pemikiran. Pada teori sebelumnya mengenai *uses and gratifications theory*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Namun, pemikiran terpenting dalam *uses and effects theory* adalah penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti dimana isi media tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, dan kebutuhan hanya salah satu dari faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Dalam teori *uses and effects* karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak isi media massa.

Asumsi dasar dari teori ini lebih menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Hasil dari sebuah proses komunikasi massa dan beberapa kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bagian penting berikutnya dari teori ini. Hubungan antara penggunaan dan hasil dari proses komunikasi massa, dengan memperhitungkan pula isi media memiliki beberapa bentuk yang berbeda, diantaranya :

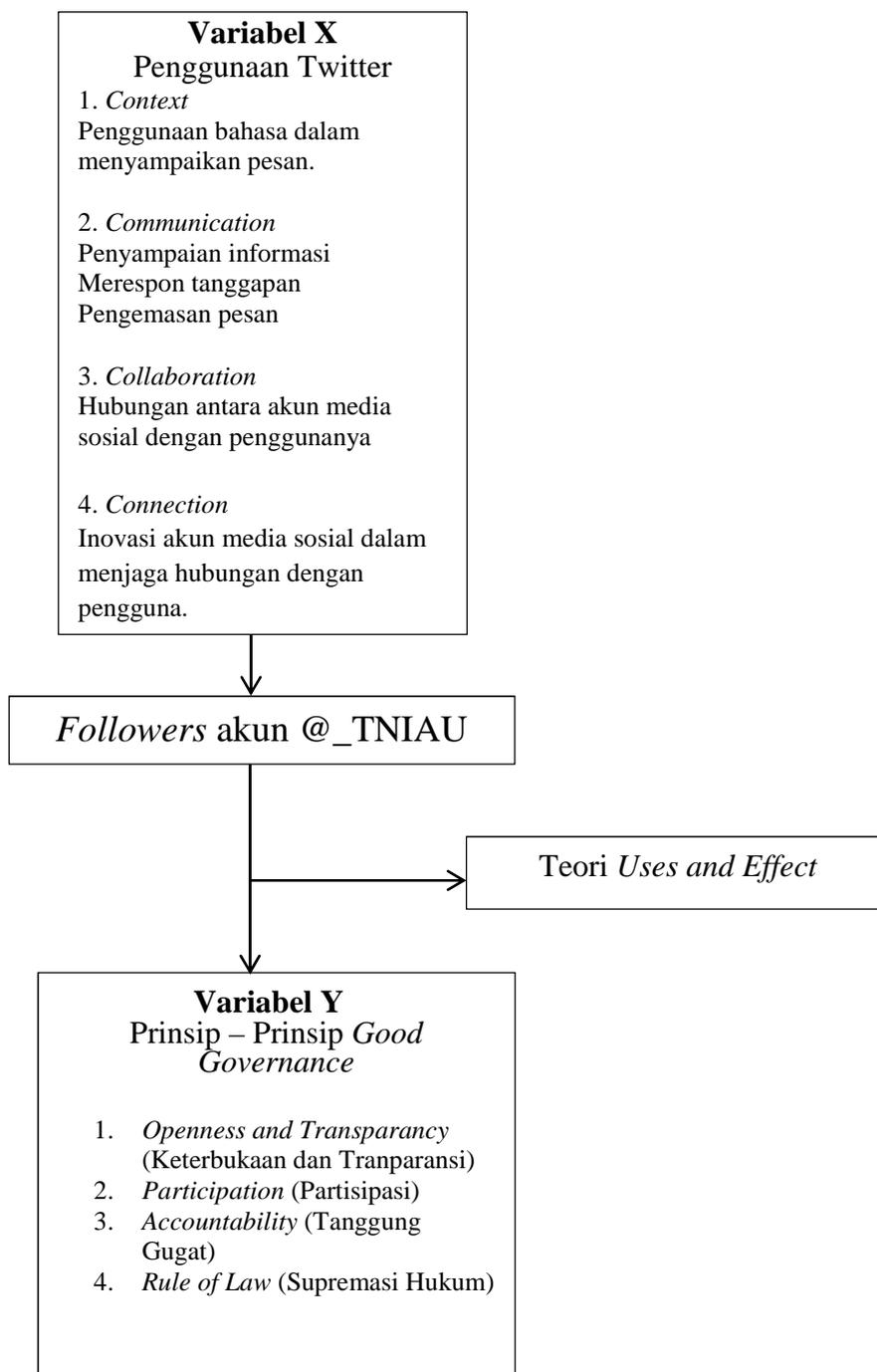
1. Pada kebanyakan efek tradisional, karakteristik media menentukan seberapa besar dari hasil. Penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek.

2. Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat dari penggunaan daripada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengembalikan, mencegah, atau mengurangi aktivitas lainnya. Jika penggunaan merupakan penyebab utama dari hasil, maka ia disebut konsekuensi.
3. Ada anggapan bahwa hasil ditentukan sebagian oleh isi media (melalui perantaraannya penggunaannya) dan sebagian oleh penggunaan media itu sendiri. Oleh karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut "*consequence*" (gabungan antara konsekuensi dan efek).

Dalam kaitannya dengan penelitian teori *uses and effects* adalah untuk mengetahui apakah penggunaan sosial media twitter yang dilakukan oleh akun @\_TNIAU akan mewujudkan penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* dalam tubuh TNI AU.

## **2.7. Kerangka Pikir**

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2011 : 60) mengemukakan bahwa “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pikir penelitian ini memiliki pola sebagai berikut :



Tabel 4. Kerangka Pikir Penelitian

Penggunaan Twitter adalah untuk mencari informasi. Akun twitter @\_TNIAU memberikan informasi dan juga berinteraksi dengan para *followers*. Melalui akun @\_TNIAU, TNI AU berupaya menerapkan prinsip – prinsip *Good Governance* dalam tubuh TNI AU, sebagai salah satu instansi pemerintah di bidang militer.

Penerapan *Good Governance* adalah salah satu upaya TNI dalam menciptakan suasana pemerintahan yang dekat dengan masyarakat dan bersih dari KKN. Penelitian yang dilakukan oleh Chris Heuer mengenai penggunaan sosial media yaitu, *Context, Communication, Collaboration* dan *Connection* memberikan gambaran bahwa apa yang dilakukan oleh akun @\_TNIAU sudah membantu mengarahkan pada penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* di TNI AU.

Penggunaan sosial media yaitu twitter oleh @\_TNIAU berdasarkan 4C yang digagas oleh Chris Heuer apabila dikaitkan dengan prinsip – prinsip utama dari *Good Governance* yang digagas oleh Sedarmayanti (2009: 289), yakni transparansi, partisipasi, akuntabilitas, dan supremasi hukum aparat birokrasi adalah sebagai berikut:

1. *Openness and Transparency* (Keterbukaan dan Tranparansi)
2. *Participation* (Partisipasi)
3. *Accountability* (Tanggung Gugat)
4. *Rule of Law* (Supremasi Hukum)

Dapat memberikan jawaban, apakah media sosial, dalam hal ini twitter dapat digunakan sebagai salah satu sarana dalam menerapkan prinsip – prinsip *Good Governance* dalam instasni TNI AU. Teori yang mendasari penelitian ini adalah *uses and effects theory*. Pemilihan twitter oleh TNI AU sebagai sarana TNI AU dalam berinteraksi dengan publik mendorong terjadinya suatu interaksi dan koneksi yang tentu secara tidak langsung akan menciptakan persepsi kepada *followers* terhadap TNI AU. Interaksi dan informasi yang dilakukan oleh akun

@\_TNIAU tentunya akan memberikan pengaruh kepada *followers* TNI AU. Peneliti menjadikan *followers* @\_TNIAU sebagai responden dalam upaya menerapkan prinsip – prinsip *Good Governance* di TNI AU.

## 2.8. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

$H_1$  : Penggunaan sosial media *Twitter* efektif dalam penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* di TNI AU pada *followers*.

$H_0$  : Penggunaan sosial media *Twitter* tidak efektif dalam penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* di TNI AU pada *followers*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012 : 8). Penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Subana dan Sudrajat (2005 : 25) dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan adapula yang sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal.

Penelitian ini berbentuk eksplanasi, menurut Sugiyono (2010 : 78) penelitian eksplanasi adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan kedudukan – kedudukan dari variabel – variabel yang di teliti serta hubungan antara satu variable dengan variable lainnya. Penelitian ini juga menjelaskan hubungan kausal antara variabel – variabel yang mempengaruhi hipotesis.

### 3.2. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*) (Sugiyono, 2013 : 61). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan Twitter (variable X).

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013 : 61). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Penerapan prinsip – prinsip *Good Governance* di TNI AU Pada *Followers* (variable Y). Variabel Y ini akan dipecah menjadi 4 sub-variabel berdasarkan indikator prinsip – prinsip *Good Governance* menurut Sedarmayanti.

### 3.3. Definisi Konseptual

Definisi konseptual menurut Azwar (2007 : 72) yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya. Sedangkan, Singarimbun dan Efendi (2008 : 43) berpendapat, definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan,

sehingga memudahkan peneliti untuk mengoprasikan konsep tersebut di lapangan.

Dari pengertian tersebut, maka definisi konseptual dari penelitian ini adalah :

### **1. Penggunaan Media Sosial Twitter**

Dalam menggunakan media sosial, setiap orang tentunya memiliki berbagai tujuan, seperti untuk sekedar berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari informasi atau ingin keduanya. Twitter merupakan salah satu media sosial yang penggunaanya masih dinilai efektif, walaupun memiliki kapasitas dalam melakukan *update status* hanya berjumlah 140 karakter. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan efektif, diperlukan suatu konsep penggunaan yang dapat memaksimalkan pesan yang ingin disebar. Konsep 4C yang dikemukakan oleh Chris Heuer mengenai penggunaan media sosial, penulis terapkan dalam penggunaan media sosial twitter, sebagai berikut :

a) *Context*

Pembentukan atau pengemasan pesan yang ingin disampaikan kepada *followers*, pemilihan bahasa yang digunakan dan isi pesan yang disampaikan.

b) *Communication*

Akun media sosial menyimak apa yang disampaikan oleh *followers* kemudian memberikan respon yang dikemas dalam bentuk yang menarik sehingga *followers* merasa nyaman dan pesan dapat dipahami oleh *followers*.

c) *Collaboration*

Terdapat hubungan antara sesama akun lain yang menghasilkan suatu informasi yang lebih baik, sehingga hubungan tersebut menjadikan penyampaian informasi lebih efektif dan efisien.

d) *Connection*

Akun media sosial melakukan pemeliharaan hubungan dengan *followers* dengan cara berinovasi dalam penyampaian pesan.

## 2. *Prinsip Good Governance*

*Good Governance* menunjuk pada pengertian bahwa kekuasaan tidak lagi dimiliki atau menjadi urusan pemerintah, tapi memfokuskan pada pelaksanaan fungsi pemerintahan secara bersama antara pemerintah dan masyarakat. *Good Governance* juga mengenai implementasi kebijakan lingkup sosial-politik untuk kemaslahatan masyarakat.

Dalam memahami *Good Governance* perlu adanya pemahaman mengenai prinsip – prinsip *Good Governance*. Berlandaskan prinsip –prinsip *Good Governance* akan mendapatkan tolak ukur kinerja suatu pemerintahan. Baik buruknya pemerintahan dapat dinilai apabila sudah bersinggungan dengan semua unsur – unsur prinsip *Good Governance*. Prinsip dari *Good Governance* seperti yang dikemukakan oleh Sedarmayanti (2009) diantaranya adalah :

a) *Openness and Transparency* (Keterbukaan dan Tranparansi)

- Tersedianya informasi yang memadai dalam setiap proses penyusunan dan implementasi kebijakan publik.
- Adanya akses pada informasi yang siap, mudah dijangkau, bebas diperoleh dan tepat waktu.

b) *Participation* (Partisipasi)

- Adanya pemahaman penyelenggara negara tentang proses/metode partisipatif.
- Adanya pengambilan keputusan yang didasarkan atas konsensus bersama.

c) *Accountability* (Tanggung Gugat)

- Adanya kesesuaian antara pelaksanaan dengan standar prosedur pelaksanaan.
- Adanya sanksi yang diterapkan pada setiap kesalahan atau kelalaian dalam pelaksanaan kegiatan

d) *Rule of Law* (Supremasi Hukum)

- Adanya kepastian dan penegakan hukum.
- Adanya tindakan terhadap setiap pelanggar hukum.
- Adanya pemahaman mengenai pentingnya kepatuhan terhadap hukum dan peraturan.

### **3.4 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Definisi operasional dapat dijadikan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur sebuah variable (Singarimbun dan

Effendi, 1989 : 46). Definisi operasional dalam penelitian ini dijelaskan melalui tabel dibawah ini :

Variabel	Dimensi	Indikator
Variabel X Penggunaan Media Sosial Twitter	<i>Context</i>	Pembentukan pesan yang ingin disampaikan kepada <i>followers</i>
		Penggunaan dan pemilihan bahasa dalam menyampaikan pesan kepada <i>followers</i> . <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan bahasa formal atau informal.</li> <li>- Pemilihan bahasa asing atau bahasa Indonesia</li> </ul>
		Isi pesan atau informasi yang disampaikan ke <i>followers</i> . <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi yang disampaikan bersifat informatif, edukatif atau provokatif.</li> </ul>
	<i>Communication</i>	Akun @_TNIAU menyimak apa yang diutarakan oleh <i>followers</i> . <ul style="list-style-type: none"> <li>- Akun @_TNIAU me-<i>retweet</i> apa yang disampaikan oleh <i>followers</i></li> </ul>
		Memberikan respon kepada <i>followers</i> . <ul style="list-style-type: none"> <li>- Admin membalas sesuatu yang ditautkan kepada akun @_TNIAU</li> </ul>

		<p>Pemahaman <i>followers</i> dengan apa yang disampaikan akun @_TNIAU</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesan yang dikemas dapat dipahami oleh para <i>followers</i>.</li> </ul>
	<i>Collaboration</i>	<p>Hubungan akun media sosial dengan <i>followers</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi yang diberikan dapat membentuk <i>social correlation</i>.</li> <li>- Intensitas pengguna mengunjungi akun @_TNIAU</li> </ul>
		<p>Kerjasama yang efisien dan efektif</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerjasama yang dilakukan oleh @_TNIAU membuat penyampaian pesan kepada <i>followers</i> efisien dan efektif.</li> </ul>
	<i>Connection</i>	<p>Inovasi akun media sosial dalam menjaga hubungan dengan <i>followers</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Akun media sosial membuat program – program yang menarik.</li> </ul>
Variabel Y Prinsip <i>Good Governance</i>	<i>Openness and Transparency</i> (Keterbukaan dan Tranparansi)	<p>Tersedianya informasi yang memadai dalam setiap proses penyusunan dan implementasi kebijakan publik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan informasi mengenai rekrutmen calon anggota TNI (Persyaratan, tenggat waktu dan tempat pendaftaran).</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan informasi mengenai kebijakan TNI AU kepada <i>stakeholder</i>.</li> <li>- Karakteristik keterbukaan TNI AU sebagai instansi pertahanan negara.</li> </ul>
		<p>Adanya akses pada informasi yang siap, mudah dijangkau, bebas diperoleh dan tepat waktu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informasi mengenai rekrutmen dapat diakses di twitter.</li> <li>- Informasi yang tertera di twitter sesuai dengan fakta di lapangan.</li> <li>- Adanya keterlibatan <i>stakeholder</i> berkaitan dengan kebijakan TNI AU</li> </ul>
	<p><i>Participation</i> (Partisipasi)</p>	<p>Adanya pemahaman penyelenggara negara tentang proses/metode partisipatif.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya metode komunikasi dengan pengguna dan <i>stakeholder</i> terkait.</li> </ul> <p>Adanya pengambilan keputusan yang didasarkan atas konsensus bersama.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Respon pengguna dan <i>stakeholder</i> terkait kebijakan TNI AU</li> </ul>
	<p><i>Accountability</i> (Tanggung Gugat)</p>	<p>Adanya kesesuaian antara pelaksanaan dengan standar prosedur pelaksanaan. Akun @_TNIAU mendukung pelaksanaan fungsi</p>

		<p>dan peran TNI AU sesuai standar operasional prosedur sebagai lembaga pertahanan negara.</p>
		<p>Adanya sanksi yang diterapkan pada setiap kesalahan atau kelalaian dalam pelaksanaan kegiatan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya bahasan yang berkaitan dengan sanksi terhadap pelanggaran dari anggota TNI AU.</li> </ul>
	<i>Rule of Law</i> (Supremasi Hukum)	<p>Adanya tindakan terhadap setiap pelanggar hukum.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembahasan mengenai tindakan pelanggaran hukum di TNI AU</li> </ul>
		<p>Adanya pemahaman mengenai pentingnya kepatuhan terhadap hukum dan peraturan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemahaman admin @_TNIAU mengenai pentingnya kepatuhan hukum dan peraturan.</li> </ul>
		<p>Adanya kepastian dan penegakan hukum</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya bahasan mengenai kepastian penegakkan hukum di lingkungan TNI AU.</li> </ul>

Tabel 5. Operasional Variabel Penelitian

### 3.5 Populasi

Populasi atau *Universe* ialah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri – cirinya akan diduga (Singarimbun dan Effendi, 1989 : 152). Sugiyono berpendapat populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (2011 : 80).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) akun twitter @\_TNIAU. Para *followers* akun twitter @\_TNIAU adalah masyarakat Indonesia yang menggunakan twitter. *Followers* dalam twitter selalu berubah setiap saat, oleh karenanya untuk mempermudah penelitian ini, peneliti menetapkan jumlah *followers* twitter akun @\_TNIAU per-tanggal 02 November 2016 pada pukul 06.00 AM yaitu sebanyak 98.864 *followers*.

### 3.6 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representative (Sugiyono, 2011 : 81).

Dalam pengambilan sampel dari sebuah populasi agar memperoleh sampel yang representatif, maka diusahakan setiap subjek dalam populasi tersebut mempunyai

peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini penulis tidak mengambil semua populasi untuk diteliti, karena disebabkan oleh beberapa faktor seperti kondisi geografis, alokasi dana yang minim serta tenaga dan waktu yang sangat terbatas. Oleh karenanya, penulis mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan syarat bagian tersebut yang diambil dapat mewakili bagian yang lain. Dengan demikian, yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah *followers* akun @\_TNIAU yang aktif. Indikasi keaktifan seorang *follower* menurut hemat penulis adalah, *followers* yang melakukan kegiatan penggunaan twitter paling tidak seminggu sekali, bentuk kegiatan tersebut dapat berupa memberikan respon atau *tweet* ke akun @\_TNIAU, *me-retweet* kegiatan yang dilakukan oleh akun @\_TNIAU dan menjadikan favorite, status yang dibuat oleh akun @\_TNIAU. Agar mempermudah proses pengambilan sampel, penulis merangkum *followers* yang aktif di *timeline* @\_TNIAU per tanggal 1 Mei – 31 Oktober 2016.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin*, seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan: n = Sampel  
 N = Populasi  
 e = Tarif Kesalahan eror sebesar 0,10 (10%)  
 1 = Bilangan konstan

(Sangadji, 2010: 189)

Apabila sampel eror sebesar 10% maka besar sampel penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{97.720}{1+97.720(0,10)^2} = \frac{97.720}{978,2} = 99,90 \text{ atau sebanyak } 100$$

Orang.

### 3.7 Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2013 : 118). Teknik sampling dikelompokkan menjadi dua, salah satunya adalah teknik *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *incidental*. Teknik sampling *incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013 : 122).

Teknik ini menjadi pilihan penulis, karena *followers* di media sosial beragam. Selain itu *followers* dalam suatu akun tidak dapat diasumsikan semuanya aktif, oleh karenanya penulis memilih *followers* yang ditemukan aktif di *timeline* akun @\_TNIAU selama periode bulan Mei – Oktober 2016.

### 3.8 Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder.

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber utama dalam sebuah penelitian dengan cara menggali secara langsung. Dalam penelitian kuantitatif, data primer biasanya berbentuk kuisisioner yang disebarakan pada sampel yang sudah ditentukan.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang data tambahan dari berbagai sumber yang tidak langsung, seperti dokumen – dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

## 3.9 Skala Data dan Penentuan Skor

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi penelitian (Sugiyono, 2011 : 93). Nantinya, setiap pertanyaan dalam kuisisioner akan diberi lima jawaban pilihan ganda, yaitu a, b, c, d, dan e. Jawaban itu dapat diberi skor, sebagai berikut :

1. Alternatif jawaban (a), diberi skor 5, yang menunjukkan kategori sangat tinggi
2. Alternatif jawaban (b), diberi skor 4, yang menunjukkan kategori tinggi
3. Alternatif jawaban (c), diberi skor 3, yang menunjukkan kategori sedang
4. Alternatif jawaban (d), diberi skor 2, yang menunjukkan kategori rendah
5. Alternatif jawaban (e), diberi skor 1, yang menunjukkan kategori sangat rendah

### 3.10 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang shahih atau valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2010: 213)

Pengujian validitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$ : Hasil perkalian variabel x dan variabel y

x : hasil skor angket variabel x

y : hasil skor angket variabel y

$x^2$  : hasil perkalian kuadrat dari hasil angket variabel x

$y^2$  : hasil perkalian kuadrat dari hasil angket variabel y

N : Jumlah sampel

### 3.11 Hasil Uji Validitas

Kevalidan kuesioner diujikan kepada 32 responden *followers* akun @tni\_ad. Akun @tni\_ad merupakan akun Twitter resmi yang dimiliki oleh Angkatan Darat Republik Indonesia. Akun ini dipilih sebagai tempat untuk pengujian kevalidan kuesioner, karena sudah terverifikasi resmi dari Twitter dan aktif dalam memberikan informasi seputar TNI AD. Kuesioner ini mempunyai dua variabel, variabel independen (X)

yaitu penggunaan media sosial twitter dan variabel dependen (Y) yaitu Prinsip *Good Governance*.

Peneliti menguji kevalidan instrument dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dengan jumlah responden 32,  $n=32$ . Kevalidan kuesioner terjadi apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Instrumen yang telah didapat kemudian diolah menggunakan bantuan *software SPSS 22.0 for windows* melalui taraf signifikansi atau taraf kepercayaan sebesar 95 % (0,05) yang menunjukkan ada kemungkinan kesalahan 5% sehingga  $r$  tabel = 0,349. Apabila korelasi sudah lebih besar dari 0,349 maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid (Sugiyono, 2004:116).

Tabel 6. Uji Validitas Variabel X

No Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
		= 0,05; n=32	
1	0,512 (**)	0,349	Valid
2	0,396 (**)	0,349	Valid
3	0,383 (**)	0,349	Valid
4	0,421 (**)	0,349	Valid
5	0,416 (**)	0,349	Valid
6	0,270 (**)	0,349	Tidak Valid
7	0,621 (**)	0,349	Valid
8	0,457 (**)	0,349	Valid
9	0,527 (**)	0,349	Valid
10	0,542 (**)	0,349	Valid
11	0,394 (**)	0,349	Valid
12	0,449 (**)	0,349	Valid
13	0,464 (**)	0,349	Valid
14	0,393 (**)	0,349	Valid

Sumber: Olah data statistik SPSS 22.0 for windows

Tabel 8 diatas menjelaskan bahwa dari 14 pertanyaan untuk variabel X yang diuji kevalidanya dengan nilai koefisien r tabel yaitu 0,349 menggunakan taraf signifikan 5 %, terdapat satu pertanyaan yang tidak valid. Pertanyaan yang tidak valid adalah pertanyaan nomor 6 yaitu “Apakah akun @\_TNIAU menyampaikan informasi yang profokatif?”. Ketidakvalidan pertanyaan tersebut adalah karena r tabel (0,349) > r hitung (0,270).

Tabel 7. Uji Validitas variabel Y

No Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
		= 0,05; n=32	
1	0,808(**)	0,349	Valid
2	0,791(**)	0,349	Valid
3	0,849(**)	0,349	Valid
4	0,829(**)	0,349	Valid
5	0,638(**)	0,349	Valid
6	0,698(**)	0,349	Valid
7	0,759(**)	0,349	Valid
8	0,661(**)	0,349	Valid
9	0,580(**)	0,349	Valid
10	0,661(**)	0,349	Valid
11	0,628(**)	0,349	Valid
12	0,675(**)	0,349	Valid
13	0,645(**)	0,349	Valid
14	0,831(**)	0,349	Valid
15	0,681(**)	0,349	Valid
16	0,426(**)	0,349	Valid

Sumber: Olah data statistik SPSS 22.0 *for windows*

Menurut data di atas, dapat di lihat bahwa dari 16 pertanyaan untuk variabel Y yang dilakukan uji validitas menggunakan nilai koefisien r tabel yaitu 0,349 dengan taraf

signifikan 5% dikatakan valid karena, secara keseluruhan menunjukkan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga pertanyaan dari variabel  $Y$  dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 3.12 Uji Reabilitas

Menurut Bungin (2005:201) reabilitas merupakan kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Untuk mengukur tingkat reabilitas kuisioner, digunakan rumus *alpha* sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{[k][1\Sigma\alpha^2i]}{k - 1 \Sigma\alpha^2i}$$

Keterangan:

$\alpha$  = nilai reabilitas

$k$  = jumlah item pertanyaan

$\Sigma\alpha^2i$  = nilai varian masing-masing item

$\Sigma\alpha^2i$  = nilai varian total.

### 3.13 Hasil Uji Reabilitas

Untuk menguji reliabilitas sejumlah 30 instrumen penelitian, dilakukan dengan menggunakan rumus *Alfa Cronbach* dengan bantuan SPSS 22.0. hasil pengujiannya dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 8. Alpha Variabel X

<i>Alpha cronbach</i>	<i>N of item</i>	<i>N of case</i>
0,756	13	30

Sumber: Olah data statistik SPSS 22.0 *for windows*

Tabel diatas menunjukkan bahwa *Alpha Cronbach* dari variabel X adalah sebesar 0,756. dari 14 pertanyaan yang disebarakan kepada 30 responden. Untuk lebih jelasnya dapat dikonsultasikan melalui daftar interpretasi koefisien r sebagai berikut:

Tabel 9. Daftar interpretasi koefisien r

<b>Koefisien r</b>	<b>Reabilitas</b>
0.8000 – 1.0000	Sangat Kuat
0.6000 – 0.7999	Kuat
0.4000 – 0.5999	Sedang/Cukup
0.2000 – 0.3999	Rendah
0.0000 – 1.1999	Sangat Rendah

Sumber: Tedi Rusman, 2013:57

Hasil *Alpha Cronbach* dari variabel X adalah 0,756. Jadi, hasil tersebut terdapat di skala 0.6000 – 0.7999 yang berarti reabilitas dari pertanyaan termasuk kuat.

Tabel 10. Alpha Variabel Y

<i>Alpha cronbach</i>	<i>N of item</i>	<i>N of case</i>
0,930	15	30

Sumber: Olah data statistik SPSS 22.0 *for windows*

Instrumen pada variabel Y memperoleh nilai *Alpha cronbach* 0,941, yang berada pada skala 0.8000-0.1.0000 (daftar referensi koefisien r) ini mengindikasikan bahwa reabilitas pertanyaan pada variabel Y tergolong sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan *realibel*.

### 3.14 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Kuesioner

Yaitu daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden berkenaan dengan masalah penelitian sehingga responden hanya tinggal mengisi atau menandainya dengan mudah dan cepat.

Dalam penelitian ini, kuesioner dibuat dengan menggunakan situs <http://docs.google.com>, sehingga mempermudah penulis dalam menyebarkan kuesioner kepada responden. 100 responden yang merupakan *followers* aktif dan dipilih secara acak pada *timeline* akun @\_TNIAU.

## 2. Studi Pustaka

Yaitu pengumpulan data dari berbagai literatur pendukung seperti buku, jurnal penelitian atau laporan penelitian, dan internet yang berkaitan dengan pembentukan citra, penggunaan media dan pendekatan *Uses and Effects*. (Rahmadiana, 2014)

### 3.15 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui keefektifan pengaruh penggunaan media sosial twitter terhadap penerapan prinsip – prinsip *Good Governance*, dalam penelitian ini digunakan rumus statistik Regresi Linier sederhana menurut Sugiyono (2009:237) sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

Y = Variabel yang dijelaskan (dependent variabel)

X = Variabel yang dijelaskan (independent variabel)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi.

### 3.16 Uji Hipotesis

Tahap pertama untuk menguji hipotesa adalah mengetahui nilai Thitung (Thit) atau *student test*, adapun rumus statistik T adalah sebagai berikut :

$$T = r \frac{\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

T : Nilai uji T

r : Nilai korelasi

n : Besarnya sampel

Tahap kedua dalam pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai Thit dengan table (Ttab) pada taraf signifikan 5%. Ketentuan yang dipakai dalam perbandingan adalah :

1. Jika  $Thit > Ttab$  pada taraf signifikan 5% maka koefisien regresinya signifikan, yang berarti hipotesis diterima.
2. Jika  $Thit < Ttab$  pada taraf signifikan 5% maka koefisien regresinya tidak signifikan, yang berarti hipotesis ditolak.

Untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antar variabel dalam penelitian ini, berpedoman pada ketentuan dari Sugiyono (2010:231) sebagai berikut :

0,00 – 0,199           = Sangat Rendah

0,20 – 0,399           = Rendah

0,40 – 0,599           = Sedang

0,60 – 0,799           = Kuat

0,80 – 1,000           = Sangat Kuat

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah suatu tempat dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di akun resmi TNI AU yang sudah terverifikasi dari Twitter yaitu @\_TNIAU. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari bulan Mei – Oktober 2016.

#### **4.2 Sejarah TNI Angkatan Udara**

Sejarah lahirnya TNI AU bermula dari pembentukan Badan Keamanan Rakyat (BKR) pada Tanggal 23 Agustus 1945, guna memperkuat Armada Udara yang saat itu sangat kekurangan pesawat terbang dan fasilitas-fasilitas lainnya. Sejalan dengan perkembangannya berubah menjadi Tentara Keamanan Rakyat (TKR), pada tanggal 5 Oktober 1945 dengan nama TKR jawatan penerbangan di bawah Komodor Udara Soerjadi Soerjadarma.

Pada tanggal 23 Januari 1946 TKR ditingkatkan lagi menjadi TRI, sebagai kelanjutan dari perkembangan tunas Angkatan Udara, maka pada tanggal 9 April 1946, TRI jawatan penerbangan dihapuskan dan diganti dengan Angkatan Udara Republik Indonesia, kini diperingati sebagai hari lahirnya TNI AU yang diresmikan bersamaan dengan berdirinya Tentara Nasional Indonesia (TNI).

Salah satu Sejarah monumental yang selalu diperingati jajaran TNI AU tiap tahun adalah apa yang dinamakan Hari Bhakti TNI AU. Peringatan Hari Bhakti TNI AU, dilatar belakangi oleh dua peristiwa yang terjadi dalam satu hari pada 29 Juli 1947. Peristiwa Pertama, pada pagi hari, tiga kadet penerbang TNI AU masing-masing Kadet Mulyono, Kadet Suharnoko Harbani dan Kadet Sutarjo Sigit dengan menggunakan dua pesawat Cureng dan satu Guntei berhasil melakukan pengeboman terhadap kubu-kubu pertahanan Belanda di tiga tempat, masing-masing di kota Semarang, Salatiga, dan Ambarawa.

Peristiwa Kedua, jatuhnya pesawat DAKOTA VT-CLA yang mengakibatkan gugurnya tiga perintis TNI AU masing-masing Adisutjipto, Abdurahman Saleh dan Adisumarmo. Pesawat Dakota yang jatuh di daerah Ngoto, selatan Yogyakarta itu, bukanlah pesawat militer, melainkan pesawat sipil yang disewa oleh pemerintah Indonesia untuk membawa bantuan obat-obatan Palang Merah Malaya.

Penembakan dilakukan oleh dua pesawat militer Belanda jenis Kittyhawk, yang merasa kesal atas pengeboman para kadet TNI AU pada pagi harinya. Untuk mengenang jasa-jasa dan pengorbanan ketiga perintis TNI AU tersebut, sejak Juli 2000, di lokasi jatuhnya pesawat Dakota VT-CLA (Ngoto) telah dibangun sebuah monumen perjuangan TNI AU dan lokasi tersebut juga dibangun tugu dan relief tentang dua peristiwa yang melatar belakanginya. Di lokasi monumen juga dibangun makam Adisutjipto dan Abdurachman Saleh beserta istri-istri mereka<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> . <https://www.tni-au.mil.id/content/sejarah-tni-angkatan-udara> diakses 29/8/2016 pada pukul 22.00)

### 4.3 Organisasi TNI AU

TNI-AU berada di bawah Markas Besar TNI. Perwira tersenior Angkatan Udara, Kepala Staf TNI Angkatan Udara, adalah perwira tinggi berbintang empat dengan pangkat Marsekal mengepalai Angkatan Udara di bawah Panglima TNI. Mabas TNI AU membawahi Komando Utama atau biasa disingkat Kotama. Kepala Staf TNI Angkatan Udara saat ini adalah Marsekal Agus Supriatna.

Kotama operasi dalam TNI AU adalah Komando Operasi Angkatan Udara yang dikomandani oleh Panglima yang berpangkat Marsekal Muda, Komando Operasi Angkatan Udara membawahi beberapa Landasan Udara yang terbagi Tipe A (Lanuma/Landasan Udara Utama) yang dipimpin komandan berpangkat Marsekal Pertama atau ada juga dipimpin Kolonel, Tipe B yang dipimpin komandan berpangkat Kolonel, Tipe C dipimpin komandan berpangkat Letnan Kolonel, dan Tipe D dipimpin komandan berpangkat Letkol atau Mayor. Tipe B - D biasa disebut landasan udara (Lanud). Lanuma yang tipe A mempunyai Wing dan Skadron baik Skadron Udara, Teknik maupun Pendidikan. Wing dan Skadron dipimpin oleh Perwira berpangkat Mayor, Letkol maupun Kolonel.<sup>2</sup>

BALAKPUS (Badan Pelaksana Pusat) adalah salah satu satuan dalam TNI AU. BALAKPUS membawahi lima kesatuan, seperti AAU (Akademi Angkatan Udara), Seskoau (Sekolah Staff dan Komando Angkatan Udara), Puspomau (Pusat Polisi Militer Angkatan Udara), Lakespra (Lembaga Kesehatan Penerbangan dan Ruang Angkasa) dan Kedinasan.

---

<sup>2</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Tentara\\_Nasional\\_Indonesia\\_Angkatan\\_Udara#Organisasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Tentara_Nasional_Indonesia_Angkatan_Udara#Organisasi) diakses 8/29/2016 pada pukul 23.00.

Kedinasan yang merupakan bagian dari BALAKPUS membawahi 20 kesatuan dinas TNI AU. DISPENAU (Dinas Penerangan TNI AU) adalah salah satu bagian dari kedinasan TNI AU. DISPENAU saat ini dipimpin oleh Marsma TNI Jemi Trisonjaya, M.Tr ( Han). DISPENAU mempunyai tugas untuk membina dan menyelenggarakan fungsi penerangan Angkatan Udara secara terpadu dan berlanjut, meliputi pengolahan informasi menjadi bahan penerangan kepada masyarakat umum dan keluarga besar Angkatan Udara.

DISPENAU mempunyai visi yaitu Membangun, membina dan memelihara citra positif TNI AU. Visi tersebut ditunjang dengan Misi yang saling sinergi, yaitu :

1. Membina profesionalisme ketrampilan bidang penerangan untuk mendukung keberhasilan tugas TNI Angkatan Udara.
2. Meningkatkan sumber daya manusia penerangan.
3. Melengkapi dan memelihara alsuspens serta sarana prasarana dan fasilitas penerangan
4. Memantapkan kemitraan dengan media massa dan komoditi penerangan lainnya.<sup>3</sup>

#### **4.4 Akun @\_TNIAU**

Akun yang dikelola langsung oleh DISEPENAU ini sudah bergabung di twitter sejak Juni 2012. Akun ini sudah menjadi *verified account*, yang artinya akun ini sudah resmi milik TNI AU. *Followers* Akun ini sudah mencapai 97.000, jumlah *tweet* akun ini berjumlah 22.500. Akun @\_TNIAU mulai menjadi viral di jagad sosial media sejak pertengahan Mei 2016, saat itu terjadi kasus yang menjadi *headline* di hampir seluruh media, baik cetak maupun elektronik, yaitu

<sup>3</sup> <https://www.tni-au.mil.id/content/dispenau-1> diakses 8/29/2016 pada pukul 23.00

penggusuran daerah Kalijodo oleh Gubernur Jakarta Basuki Tjahaja Putra atau Ahok. Ketua Gerakan Selamatkan Indonesia (GSI) Ratna Sarumpaet menuding bahwa aparat telah dibeli oleh Ahok demi memuluskan dalam penggusuran Kalijodo. Tanggapan yang dilontarkan oleh Ratna Sarumpaet melalui akun twitternya @RatnaSpaet, mendapat respon yang cukup *kocak* oleh akun @\_TNIAU.



Gambar 9. Tanggapan @\_TNIAU terhadap *tweet* Ratna Sarumpaet  
*Sumber:* akun Twitter @\_TNIAU

Akun @\_TNIAU memberikan informasi, baik mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Angkatan Udara di seluruh Indonesia atau mengenai pendaftaran calon prajurit TNI AU.



Gambar 10. *Tweet* @\_TNIAU tentang Kegiatan TNI AU

*Sumber:* akun Twitter @\_TNIAU

Akun ini juga mempunyai sesi Tanya jawab dengan para *Airmen*, sapaan untuk para *followers* @\_TNIAU. Sesi Tanya jawab tidak dilakukan setiap hari, namun biasanya hanya seminggu sekali. Pertanyaan yang dilontarkan tidak sebatas hanya seputar kedirgantaraan, namun terkadang pertanyaan – pertanyaan yang tidak penting juga ditanyakan oleh para *Airmen*. *Airmin*, sapaan akrab admin di akun @\_TNIAU selalu membalas pertanyaan yang ditanyakan oleh *Airmen* dengan candaan yang sopan atau terkadang hanya sekedar di *retweet*.



Gambar 11. Admin Akun @\_TNIAU Membalas *Tweet*  
*Sumber:* akun Twitter @\_TNIAU

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Menurut hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan kepada *followers* akun @\_TNIAU mengenai efektifitas penggunaan media sosial twitter terhadap penerapan prinsip – prinsip *good governance* di TNI AU yang dilakukan di akun @\_TNIAU, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat korelasi antara efektifitas penggunaan media sosial twitter terhadap penerapan prinsip – prinsip *good governance*, yang mana nilai koefisiensi korelasi ( $r$ ) didapat sebesar 0,504. Dari hasil koefisien korelasi tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh antara variabel *independen* (X) penggunaan media sosial twitter dengan variabel *dependen* (Y) prinsip *good governance* berada pada tingkat yang sedang.
2. Koefisiensi korelasi yang didapat sebesar 0,504 bernilai positif, sehingga dapat diartikan arah hubungannya adalah positif. Pernyataan tersebut dapat berarti, bahwa jika variabel X naik, maka variabel Y juga naik, yang artinya semakin tinggi keefektifitasan penggunaan twitter @\_TNIAU maka akan berdampak pada peningkatan penerapan *good governance* TNI AU.

3. Hasil perhitungan persamaan regresi, yaitu  $Y = -39.366 + 0,504X + et$  “Y” Pada perhitungan tersebut menunjukkan variabel dependen prinsip – prinsip *good governance* dan “X” menunjukkan variabel independen penggunaan media sosial twitter, dimana konstanta sebesar 39,366 menyatakan bahwa jika variabel penggunaan media sosial twitter terhadap penerapan *good governance* bernilai konstan atau sama dengan 0 maka penggunaan media sosial twitter adalah sebesar 0,504. Sedangkan koefisien 0,504 artinya jika terjadi kenaikan sebesar satuan maka akan meningkatkan penggunaan media sosial sebesar 0,504.
4. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Twitter, efektif dalam menerapkan prinsip – prinsip *Good Governance* yang terukur melalui empat indikator *Good Governance*, yaitu *Openness and Transparency, Participation, Accountability* dan *Rule of Law*.
5. Berdasarkan uji  $R^2$  (nilai koefisien determinasi), dapat ditarik kesimpulan bahwa efektifitas penggunaan media sosial twitter terhadap penerapan prinsip – prinsip *good governance* tergolong rendah, dengan hanya memberikan kontribusi sebesar 25,4 atau 25,4 % terhadap penerapan prinsip *good governance*, hal ini dikarenakan tidak semua prinsip *good governance* dijalankan, salah satunya adalah *openness and transparency* karena dibatasi oleh kebijakan TNI AU sebagai instansi militer negara. Sedangkan sisanya 74,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
6. Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini diterima, hal ini terlihat dengan hasil uji t untuk variabel (X) di peroleh nilai t hitung sebesar

5,773 pada tarafnya 0,05 dan t tabel 1,661. Ini menyebabkan bahwa efektifitas penggunaan media sosial twitter yang dilakukan oleh TNI AU melalui akun @\_TNIAU secara signifikan mempengaruhi penerapan prinsip – prinsip *good governance*.

## 6.2 Saran

Menurut hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan kepada *followers* akun @\_TNIAU mengenai efektifitas penggunaan media sosial twitter terhadap penerapan prinsip – prinsip *good governance* di TNI AU yang dilakukan di akun @\_TNIAU, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun @\_TNIAU dapat dikatakan efektif dalam penerapan prinsip – prinsip *good governance* di TNI AU. Namun, keefektifitasnya masih tergolong rendah. Dikarenakan terdapat beberapa prinsip *good governance* yang belum dijalankan sepenuhnya oleh TNI AU. Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi dalam penggunaan media sosial twitter, sehingga prinsip *good governance* dapat dijalankan secara utuh.
2. TNI AU dapat dijadikan contoh bagi matra militer lain dalam upaya mendukung slogan TNI “Bersama Rakyat TNI Kuat”. TNI AU secara tidak langsung memberikan citra positif di lingkungan TNI. Akun @\_TNIAU mengubah stigma di masyarakat, bahwa TNI bisa memberikan lawakan tanpa menghilangkan kewibawaan sebagai prajurit TNI.

3. Pengemasan pesan yang akan disampaikan oleh akun @\_TNIAU perlu ditingkatkan agar lebih menarik, sehingga *followers* tidak hanya melakukan *mention*, *quote tweet* namun juga melakukan *retweet* yang akan menyebabkan pesan yang disampaikan dapat dilihat oleh masyarakat yang belum mengikuti akun @\_TNIAU.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons
- Bungin, Burhan, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta: Prenada Media
- Dwiyanto, Agus. 2005. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Henderi, S.Kom. 2009. *Unified Modelling Language*. Tangerang: Raharja Enrichment Centre (ECC)
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kaplan, Andreas M dan Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*
- Liddle, R. William. 1992. *Partisipasi dan Partai Politik*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Mardiasmo. 1998. *Otonomi Daerah dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiha. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT Media Elex Komputindo
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sedarmayanti. 2007. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung : Penerbit Mandar Maju
- \_\_\_\_\_, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Soemirat, Soleh & Ardianto Elvinaro. 2007. *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Solis, Brian. 2010. *Engage: The Complete for Brands and Business to Build, Cultivate and Measure Success in The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons inc
- Subana, M. Dan Sudrajat. 2005. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung:CV Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*. Bandung : Alfabetha
- Rusman, Tedi. 2013. *Statistika Penelitian Aplikasinya Dengan SPSS*. Jakarta: Graha Ilmu
- Waloeyo, Yohan Jati. 2010. *Twitter Best Social Networking*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

### **Skripsi**

- Mahendra, Gerry Katon. 2013. *Penerapan Prinsip – Prinsip Good Governance Dalam Pelayanan Publik* . (Skripsi). Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Muis, Muhammad Amirul Haq. 2016. *Analisis Implementasi Good Governance Dalam Pelayanan Publik Di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*. (Skripsi). Makassar: Universitas Hasanuddin
- Pakuningjati, Anindita Lintang. 2015. *Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Governance (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial LAPOR ! sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara Online*

*Oleh Deputi I Kantor Staf Presiden. (Skripsi). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.*

Rahmadiana. 2014. *Pengaruh Penggunaan Twitter Terhadap Pembentukan Citra Merpati Nusantara Airlines Pada Followers. (Skripsi). Lampung: Universitas Lampung.*

Sari, Ivania Destila dan Suhirman. 2015. *Pemanfaatan Media Sosial Twitter dalam Perwujudan Open Government di Kota Bandung (Studi Kasus: Dinas Bina Marga dan Pengairan Kota Bandung. (Jurnal). Bandung: Institut Teknologi Bandung*

### **Internet**

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150326141025-185-42076/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-akhirnya-terungkap/> diakses 7/20/2016 pada pukul 21.40 WIB

<http://www.indotelko.com/kanal?c=bid&it=twitter-diminati-kelas-menengah> diakses 8/18/2016 pada pukul 21.16 WIB

<https://tni-au.mil.id/content/tentang-kami> diakses 11/13/2016 pada pukul 19.16 WIB

[https://twitter.com/\\_TNIAU?lang=en](https://twitter.com/_TNIAU?lang=en) | [https://twitter.com/TNI\\_AD\\_Official](https://twitter.com/TNI_AD_Official) | [https://twitter.com/TNI\\_AL](https://twitter.com/TNI_AL) diakses 7/24/2016 pada pukul 14.53 WIB

Bappenas. 2002. Prinsip-Prinsip Good Governance. <Http://bappenas.go.id>. diakses 7/10/2016 pada pukul 19.47 WIB

<http://www.lensaindonesia.com/2012/07/18/panglima-tni-pimpim-upacara-bendera-17di-lanud-halimjakarta-timur.html> diakses pada 7/10/2016 pukul 23.06 WIB

[http://blog.lapor.go.id/images/publikasi/Skripsi\\_Lintang\\_UGM.pdf](http://blog.lapor.go.id/images/publikasi/Skripsi_Lintang_UGM.pdf) diakses 1/15/2017 pada pukul 6.27 WIB

<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/17666/MUHAMMAD%20AMIRUL%20HAQ%20MUIS%20E121%2011%20103.pdf?sequence=1> diakses 28/12/2016 pada pukul 16.34 WIB

<http://thesis.umy.ac.id/datapublik/t26563.pdf> diakses 28/12/2016 pada pukul 17.00