

ABSTRAK

Komunikasi publik pemerintah di masa krisis melalui media sosial berpengaruh terhadap respons publik, terutama ketika dihadapkan pada kompleksitas dan ketidakpastian penanganan pandemi COVID-19. Penelitian ini menganalisis tren komunikasi pemerintah daerah Indonesia selama pandemi COVID-19 dan menilai dampaknya terhadap keterlibatan publik (*public engagement*). Data dikumpulkan dari Twitter untuk menguji signifikansi jenis konten dan jenis media pada *public engagement* menggunakan analisis isi dan regresi *generalised linear model* (GLM). Hasilnya menunjukkan inkonsistensi komunikasi publik pemerintah daerah selama COVID-19 meskipun masing-masing akun memiliki kecenderungan komunikasi yang berbeda. Penelitian ini juga menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara jenis konten dan jenis media dengan *public engagement*, dan beberapa di antaranya menghasilkan *engagement index* yang lebih tinggi daripada yang lain. Penelitian ini juga berkontribusi pada literatur relevan yang ada dan memiliki implikasi praktis terhadap komunikasi pemerintah untuk memberikan peningkatan penanganan COVID-19 yang lebih baik kedepannya, mengingat pandemi COVID-19 masih terjadi hingga saat ini.

Kata Kunci: COVID-19; Komunikasi Pemerintah; Media Sosial; Keterlibatan Publik; *Public Engagement*

ABSTRACT

The government's public communication in times of crisis through social media affects public response, especially when faced with the complexities and uncertainties of the COVID-19 pandemic. This study analyses Indonesia's local government communication trends during the COVID-19 pandemic and assesses its impact on public engagement. Data were collected from Twitter to examine the significance impacts of content and media types on engagement using content analysis and generalised linear model regression. The result indicates the inconsistency of local government's public communication during COVID-19 despite each account having a different tendency to communicate. The results also suggest a positive and significant relationship between content and media types to public engagement, yet particularly some of those generate higher engagement index than the others. This study contributes to existing relevant literature and has practical implications for government communication in order to provide a more continuous improvement of COVID-19 responses.

Keywords: COVID-19; Government Communication; Social Media; Crisis Management; Public Engagement