



ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap manajemen sektor publik. Kehadiran media sosial dan penggunaannya yang masif telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan organisasi sektor publik. Dalam konteks ini, media sering dianggap sebagai salah satu katalis utama penyebaran reputasi.

Reputasi menjadi penentu utama legitimasi, efektivitas tata kelola, dan keberhasilan organisasi sektor publik dalam mengimplementasikan kebijakan. Munculnya *big data analytics* (BDA) menghadirkan peluang baru dalam tata kelola pemerintahan dan mereformasi administrasi publik. Dengan kemampuannya untuk mengidentifikasi tren, memahami sentimen publik secara *real time*, serta menganalisis data dalam volume yang sangat besar, BDA dapat menjadi salah satu metode untuk mewujudkan pembuatan kebijakan berbasis bukti (*evidence-based policymaking*). Dalam konteks ini, BDA berpotensi membantu organisasi sektor publik mengelola reputasinya.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui reputasi Kominfo sebagai salah satu organisasi sektor publik dengan pemanfaatan *BDA* untuk mengukur sejauh mana reputasi dibentuk dan menilainya juga dari aspek afektif reputasi atau dari sisi audiens/publik. Banyak lembaga pemerintah bereksperimen dengan penggunaan media sosial, namun sangat sedikit lembaga pemerintah yang secara aktif mengukur dampak interaksi digital mereka terutama dalam pengelolaan reputasi. Berdasarkan hal tersebut, maka pengukuran reputasi organisasi sektor publik menjadi penting untuk diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam upaya membangun reputasinya, Kominfo paling banyak fokus pada dimensi reputasi teknis. Selain itu, terdapat kesenjangan sentimen yang sangat besar antara reputasi yang berusaha dibangun Kominfo (*netral & happy*) dengan yang dipersepsikan publik (*negatif & anger*). Kesenjangan sentimen ini disinyalir terjadi karena Kominfo belum memanfaatkan BDA dalam mendukung penyusunan kebijakan berbasis data secara *real time*. Melalui pemanfaatan BDA, evaluasi kebijakan dapat terjadi secara berkelanjutan (*continuous*) di sepanjang siklus sehingga siklus kebijakan menjadi lebih dinamis dan adaptif. Dengan demikian, BDA dapat mengelola reputasi organisasi dengan menyelaraskan kebijakan publik dengan sentimen dan kebutuhan publik.
Kata kunci: *big data analytics*, manajemen reputasi organisasi publik, media sosial.

Kata kunci: *big data analytics*, manajemen reputasi organisasi publik, media sosial



ABSTRACT

The advancement of information and communication technology has transformed the landscape of public sector management. The emergence and massive utilization of social media have changed how the public interacts with public sector organizations. In this context, the media is often considered as a primary catalyst for reputation dissemination.

Reputation is the main determinant of legitimacy, governance effectiveness, and the success of public sector organizations in implementing policies. Big Data Analytics (BDA) presents new opportunities for government governance and public administration reform. With its ability to identify trends, understand public sentiment in real-time, and analyze massive volumes of data, BDA become an alternative key method for achieving evidence-based policymaking. In this context, BDA has the potential to assist public sector organizations in managing their reputation.

The objective of this research is to assess the reputation of The Ministry of Communication and Information as a public sector organization, utilizing BDA. Many government agencies experiment with social media usage, yet very few actively measure the impact of their digital interactions, especially in reputation management. Therefore, measuring the reputation of public sector organizations is an important area of study.

Research findings indicate that in its effort to build its reputation, The Ministry of Communication and Information primarily focuses on the technical reputation dimension. Furthermore, there's a sentiment gap between the reputation attempts to build (neutral & happy) and the one perceived by the public (negative & anger). This sentiment gap occurs because The Ministry of Communication and Information has not utilized BDA to support real-time data-driven policy making. Through the utilization of BDA, policy evaluation can occur continuously throughout the cycle. Thus, BDA can manage an organization's reputation by aligning public policies with public sentiment and needs.

Keywords: big data analytics, public organization reputation management, social media