

Optimalisasi Aspirasi Digital Warga melalui Media Sosial Smart City Tangerang

Rido Dwi Kurniawan^{1*}, Diffa Aji Saputri², Muhammad Rafid Pasha³, Farrel Daffa Alyasmin⁴, Maria Oktaviani Jelita⁵, Sugeng Pramono⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Bisnis Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia.

Email: ^{1*}rido.dwi@pradita.ac.id, ²diffa.aji@student.pradita.ac.id, ³muhammad.rafid@student.pradita.ac.id,
⁴farrel.daffa@student.pradita.ac.id, ⁵maria.oktaviani@student.pradita.ac.id, ⁶sugeng.pramono@student.pradita.ac.id
(*Email Corresponding Author: ^{1*}rido.dwi@pradita.ac.id)

Received: June 2, 2026 | Revision: June 7, 2026 | Accepted: June 10, 2026

Abstrak

Perkembangan smart city mendorong pemerintah daerah untuk semakin intensif memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik digital guna meningkatkan partisipasi masyarakat serta efektivitas pelayanan publik. Namun, pemanfaatan media sosial dalam ekosistem smart city masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain rendahnya keterlibatan masyarakat digital dan belum optimalnya respons pemerintah terhadap aspirasi, keluhan, maupun masukan warga yang disampaikan secara daring. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis secara empiris pengaruh Viralitas Media Sosial terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital dan Ketangkasan Respons Pemerintah dalam implementasi smart city di Kota Tangerang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif melalui penyebaran kuesioner kepada 108 responden di wilayah Tangerang Raya. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics melalui regresi linear. Hasil menunjukkan Viralitas Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital (beta 0,729; R Square 0,531) dan Ketangkasan Respons Pemerintah (beta 0,760; R Square 0,578). Selain itu, Keterlibatan Masyarakat Digital juga berpengaruh signifikan terhadap Ketangkasan Respons Pemerintah (beta 0,516; R Square 0,616), sehingga optimalisasi media sosial smart city terbukti mampu mendorong pelayanan publik yang lebih responsif, partisipatif, dan efektif.

Kata Kunci: Smart City, Viralitas Media Sosial, Keterlibatan Masyarakat Digital, Ketangkasan Respons Pemerintah, Pelayanan Publik Digital

Abstract

This study examines how smart city development encourages local governments to more intensively utilize social media as a digital public communication tool to enhance citizen participation and public service effectiveness. However, the use of social media in the smart city ecosystem still faces several challenges, including low levels of digital citizen engagement and suboptimal government responses to online aspirations, complaints, and feedback. Therefore, this research aims to empirically analyze the effect of Social Media Virality on Digital Citizen Engagement and Government Response Agility in the implementation of a smart city in Tangerang City. This quantitative study employs a descriptive approach by distributing questionnaires to 108 respondents in the Greater Tangerang area. Data were analyzed using IBM SPSS Statistics through linear regression. The results show that Social Media Virality has a positive and significant effect on Digital Citizen Engagement (beta 0.729; R Square 0.531) and Government Response Agility (beta 0.760; R Square 0.578). In addition, Digital Citizen Engagement also has a significant effect on Government Response Agility (beta 0.516; R Square 0.616). These findings indicate that optimizing smart city social media can foster more responsive, participatory, and effective public services.

Keywords: Smart City, Social Media Virality, Digital Community Engagement, Government Response Agility, Digital Public Services.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pemerintah daerah mengadopsi konsep smart city untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik melalui pemanfaatan ICT dan media sosial sebagai kanal komunikasi digital dua arah. Smart city dipahami bukan sekadar penerapan teknologi, tetapi sebagai transformasi tata kelola yang menghubungkan digital transformation, infrastruktur, pelayanan, dan governance untuk meningkatkan partisipasi warga, transparansi, dan efektivitas layanan publik [1]. Berbagai studi mutakhir menunjukkan bahwa integrasi ICT, aplikasi kota, dan media sosial dalam smart city governance mendorong partisipasi warga, memperbaiki kualitas layanan, dan memperkuat relasi komunikasi pemerintah–masyarakat di berbagai kota dunia. Di Indonesia, pengembangan smart city juga diarahkan untuk mendukung e-government dan meningkatkan engagement warga melalui kanal digital, termasuk di Kota Tangerang yang memanfaatkan platform seperti Tangerang Live dan media sosial pemerintah sebagai sarana komunikasi publik dan pelayanan masyarakat.

Pemerintah Kota Tangerang mengembangkan layanan berbasis digital melalui aplikasi Tangerang Live sebagai “third space” warga (digital society, digital economy, digital government) untuk memfasilitasi interaksi, memenuhi kebutuhan layanan, dan memantau dinamika kota [2]. Inovasi seperti integrasi layanan, open API, dan desain antarmuka yang mudah digunakan ditujukan untuk mempercepat penyebaran informasi dan meningkatkan efektivitas pelayanan

publik. Sejalan dengan praktik di Jakarta dan Kuala Lumpur, media sosial dan aplikasi pemerintah memungkinkan warga menyampaikan aspirasi, keluhan, dan ide kebijakan secara real-time, serta membuka peluang co-creation layanan publik melalui partisipasi digital. Dengan demikian, masyarakat tidak lagi sekadar penerima informasi, tetapi menjadi aktor aktif dalam proses komunikasi publik digital dan tata kelola kota cerdas.

Namun, implementasi media sosial dalam smart city masih menghadapi kendala. Penelitian tentang kebijakan smart city dan digital divide di Kota Tangerang menunjukkan bahwa kesenjangan akses dan literasi digital membatasi pemanfaatan optimal layanan berbasis ICT dan menghambat pemerataan partisipasi masyarakat. Kajian lain menegaskan bahwa meskipun kanal digital dan media sosial tersedia, partisipasi warga sering kali masih terbatas, reaktif, dan dipengaruhi ketimpangan akses serta keterampilan digital [3]. Di berbagai konteks smart city, saluran komunikasi digital pemerintah kerap berfungsi dominan sebagai media informasi satu arah dan belum sepenuhnya menjadi ruang dialog dua arah yang interaktif. Arus informasi yang tinggi dan tidak terkelola dengan baik berpotensi membuat keluhan atau aspirasi tertentu tidak tertangani secara optimal, sehingga mengurangi efektivitas komunikasi publik digital dan melemahkan kepercayaan publik [4].

Kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital pemerintah berkaitan erat dengan kualitas informasi, transparansi, persepsi kemudahan penggunaan, serta dimensi trust dalam e-government dan media sosial pemerintah [5]. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap e-government menjadi prediktor utama partisipasi warga dalam layanan digital; kepercayaan ini dibentuk oleh persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, kualitas informasi, dan transparansi yang dikomunikasikan melalui media sosial pemerintah. Penelitian lain di Asia Tenggara menemukan bahwa transparansi digital berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik, yang selanjutnya meningkatkan partisipasi warga, sementara digital divide melemahkan dampak positif tersebut [6]. Hal ini menguatkan pentingnya pengelolaan komunikasi publik digital yang responsif, interaktif, dan inklusif, bukan sekadar penyediaan kanal teknologi.

Berbagai penelitian terkini mengonfirmasi keterkaitan antara media sosial, partisipasi masyarakat digital, dan pelayanan publik berbasis smart city. Smart city governance di Jakarta dan Kuala Lumpur, misalnya, menunjukkan bahwa pemanfaatan Twitter dan aplikasi pemerintah meningkatkan partisipasi warga, transparansi, dan kualitas layanan, dengan catatan pentingnya strategi komunikasi dan inklusi digital [7]. Kajian tentang co-creation public value di kota cerdas menegaskan bahwa teknologi seperti social media dan IoT dapat memperkuat peran warga dalam perumusan kebijakan dan penyediaan layanan, asalkan pemerintah mengembangkan kapabilitas dinamis untuk menopang partisipasi berkelanjutan. Dalam konteks e-government Indonesia, kombinasi media sosial, prinsip good governance, dan kepercayaan publik terbukti meningkatkan partisipasi warga dalam layanan digital [8].

Meskipun demikian, mayoritas studi masih menyoroiti pemanfaatan media sosial pemerintah dan partisipasi digital secara umum, belum banyak yang secara spesifik mengkaji viralitas media sosial sebagai faktor yang memengaruhi keterlibatan masyarakat digital dan ketangkasan respons pemerintah. Kajian tentang digital dialogue di smart city menekankan bahwa respons rate, ketepatan waktu, dan kualitas respons pemerintah di kanal digital berpengaruh langsung terhadap kepuasan komunikasi warga, namun belum mengelaborasi bagaimana konten yang viral membentuk pola interaksi dan kecepatan respons tersebut [9]. Di sisi lain, penelitian sosial smart city dan partisipasi digital menunjukkan bahwa ledakan interaksi dan data dari media sosial menuntut model governance yang lebih adaptif, partisipatif, dan etis untuk memastikan bahwa partisipasi digital benar-benar menghasilkan nilai publik dan inklusi [10].

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh Viralitas Media Sosial terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital serta dampaknya terhadap Ketangkasan Respons Pemerintah dalam implementasi smart city di Kota Tangerang. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur tentang citizen participation, co-creation public value, dan government responsiveness dalam kerangka smart city yang berorientasi pada partisipasi digital [11]. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan strategi komunikasi publik digital yang lebih efektif, partisipatif, dan responsif, sekaligus mengoptimalkan media sosial sebagai kanal aspirasi digital warga untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik berbasis digital.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Pendekatan dan Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis optimalisasi aspirasi digital warga melalui media sosial smart city di Kota Tangerang. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui pengolahan data statistik, sebagaimana lazim digunakan dalam studi e-government, smart city, dan partisipasi digital yang memanfaatkan survei untuk menilai keterkaitan antara penggunaan platform digital, partisipasi warga, dan kinerja layanan publik [12]. Model survei kuantitatif memungkinkan

pengujian keterkaitan antar konstruk secara terukur, sekaligus memberikan gambaran deskriptif mengenai pola pemanfaatan media sosial pemerintah dan tingkat partisipasi digital warga.

Variabel penelitian terdiri atas Viralitas Media Sosial sebagai variabel independen (X), Keterlibatan Masyarakat Digital sebagai variabel mediasi (M), dan Ketangkasan Respons Pemerintah sebagai variabel dependen (Y). Konsep viralitas media sosial dioperasionalkan sebagai sejauh mana konten pemerintah di media sosial tersebar luas, mendapatkan jangkauan tinggi, dan memicu interaksi warga (like, komentar, *share*), sejalan dengan penelitian yang menautkan karakter konten dan komunikasi dialogis pemerintah dengan tingkat engagement warga di Facebook dan platform sosial lain [13]. Keterlibatan Masyarakat Digital merefleksikan intensitas dan kualitas partisipasi warga dalam bentuk pelaporan masalah kota, pemberian komentar, usulan, dan partisipasi dalam diskusi atau *online town hall* melalui platform smart city dan media sosial.

Ketangkasan Respons Pemerintah mengacu pada kecepatan, konsistensi, dan kualitas respons pemerintah terhadap aspirasi digital warga, termasuk kemampuan menindaklanjuti laporan, menjawab pertanyaan, dan menyelesaikan keluhan secara tepat waktu, yang dalam literatur dikaitkan dengan *government responsiveness*, *timeliness*, dan kualitas jawaban dalam dialog digital kota cerdas [14]. Tabel berikut merangkum peran masing-masing variabel

Tabel 1. Variabel Penelitian

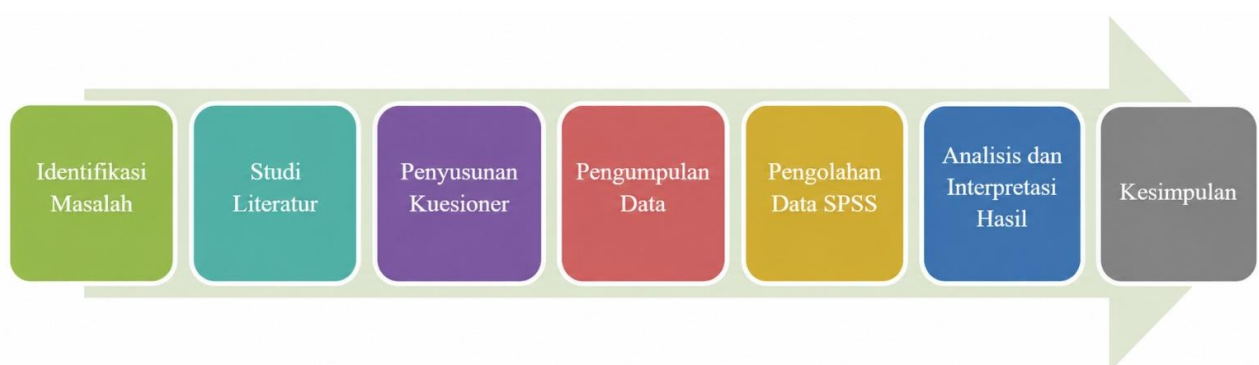
Variabel	Kode	Jenis Variabel
Viralitas Media Sosial	X	Independen
Keterlibatan Masyarakat Digital	M	Mediasi
Ketangkasan Respons Pemerintah	Y	Dependen

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui survei kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat pengguna media sosial dan platform digital smart city sebagai sarana memperoleh informasi publik dan menyampaikan aspirasi, sejalan dengan praktik survei pada studi smart city dan e-government di Indonesia dan Tangerang yang menggunakan kuesioner pada pengguna aplikasi atau layanan digital pemerintah.

Sebanyak 108 responden berdomisili di wilayah Tangerang Raya dipilih dengan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yakni: (1) aktif menggunakan media sosial dan (2) pernah mengakses layanan digital pemerintah atau platform smart city. Purposive sampling umum digunakan pada penelitian digital, media sosial, dan literasi digital untuk memastikan responden relevan dengan tujuan penelitian.

Instrumen menggunakan skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju sampai 5 = Sangat Setuju) untuk mengukur persepsi terhadap indikator variabel, sejalan dengan survei e-government dan smart city yang menggunakan skala Likert dalam menguji hubungan antar variabel dan melakukan regresi [15]. Tahapan penelitian mengikuti alur yang lazim pada studi smart city dan partisipasi digital: identifikasi masalah, studi literatur, penyusunan kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis hasil untuk menguji pengaruh variabel-variabel yang terkait dengan partisipasi warga dan implementasi layanan digital.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.3 Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics, dengan tahapan: uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi linear. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian e-government dan pemasaran digital yang menguji kuesioner dengan uji validitas-reliabilitas sebelum regresi [16]. Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana butir pernyataan

mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan konsistensi internal instrumen, sebagaimana diterapkan pada survei layanan publik dan e-government [17].

Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan menguji hipotesis berdasarkan nilai signifikansi, koefisien beta, dan koefisien determinasi (R Square), praktik yang juga digunakan pada studi pengaruh e-government, kualitas informasi, dan pemasaran digital terhadap kepuasan atau minat [18].

$$Y_1 = a + b_1X \dots\dots\dots (1)$$

$$Y_2 = a + b_1X + b_2Y_1 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan: Y_1 = Keterlibatan Masyarakat Digital; Y_2 = Ketangkasan Respons Pemerintah; a = konstanta; b_1, b_2 = koefisien regresi; X = Viralitas Media Sosial.

Dalam konteks ini, regresi digunakan untuk menguji pengaruh Viralitas Media Sosial terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital dan implikasinya terhadap Ketangkasan Respons Pemerintah dalam implementasi smart city, sejalan dengan literatur yang menekankan peran media sosial dan platform smart city untuk meningkatkan partisipasi warga dan responsivitas pemerintah [19].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian Data dan Hipotesis

Penelitian ini melibatkan 108 responden di Tangerang Raya yang aktif menggunakan media sosial dan platform digital smart city sebagai sarana akses informasi dan penyampaian aspirasi publik. Mayoritas berada pada usia 17–25 tahun, menggambarkan bahwa generasi muda menjadi kelompok paling dominan dalam ruang komunikasi publik digital. Kondisi tersebut menegaskan bahwa kelompok usia muda memiliki tingkat adaptasi teknologi yang lebih tinggi, sehingga lebih aktif memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pemerintah daerah. Tingginya penggunaan media sosial oleh generasi muda juga menunjukkan bahwa media ini telah menjadi bagian penting dari proses komunikasi publik berbasis digital dalam implementasi smart city.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert lima poin yang disebarluaskan secara daring kepada pengguna media sosial dan platform smart city. Skala ini memungkinkan pengukuran tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan terkait Viralitas Media Sosial, Keterlibatan Masyarakat Digital, dan Ketangkasan Respons Pemerintah. Data yang terkumpul diolah menggunakan IBM SPSS Statistics untuk menganalisis pengaruh antarvariabel. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen mampu mengukur variabel secara konsisten dan akurat, sehingga hasil analisis yang dihasilkan dapat dipercaya.

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan pada ketiga variabel memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Ini berarti setiap butir pertanyaan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dengan baik. Uji reliabilitas juga menunjukkan nilai Cronbach Alpha di atas 0,70 pada seluruh variabel, yang menandakan konsistensi internal instrumen yang tinggi dan layak digunakan. Dengan terpenuhinya syarat validitas dan reliabilitas ini, data dinyatakan memenuhi kriteria untuk dianalisis lebih lanjut melalui regresi linear.

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear dilakukan untuk mengetahui pengaruh Viralitas Media Sosial terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital dan Ketangkasan Respons Pemerintah, serta pengaruh Keterlibatan Masyarakat Digital terhadap Ketangkasan Respons Pemerintah. Hasil lengkap pengujian ditampilkan pada Tabel 2 yang memuat nilai beta, t hitung, signifikansi, dan R Square untuk masing-masing hipotesis, sehingga memberikan gambaran kuantitatif mengenai kekuatan dan arah hubungan antarvariabel dalam model penelitian.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Beta	T Hitung	Sig.	R Square	Keterangan
H1	Viralitas Media Sosial → Keterlibatan Masyarakat Digital	0,729	10,144	<0,001	0,531	Diterima
H2	Viralitas Media Sosial → Ketangkasan Respons Pemerintah	0,760	12,988	<0,001	0,578	Diterima
H3	Keterlibatan Masyarakat Digital → Ketangkasan Respons Pemerintah	0,516	5,816	<0,001	0,616	Diterima

Seluruh hipotesis pada Tabel 2 dinyatakan diterima karena memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, yang menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel dalam model penelitian terbukti signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Viralitas Media Sosial dan Keterlibatan Masyarakat Digital berperan penting dalam memengaruhi Ketangkasan Respons Pemerintah pada implementasi smart city di Kota Tangerang.

Secara lebih rinci, Viralitas Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital dengan nilai beta 0,729 dan t hitung 10,144. Nilai ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat viralitas informasi pada media sosial pemerintah, misalnya ditunjukkan oleh tingginya jumlah tayangan, komentar, dan share semakin tinggi pula tingkat keterlibatan masyarakat digital dalam memberikan aspirasi, komentar, dan umpan balik terhadap pelayanan publik. Nilai koefisien determinasi 0,531 mengindikasikan bahwa 53,1% variasi Keterlibatan Masyarakat Digital dapat dijelaskan oleh Viralitas Media Sosial, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Selain itu, Viralitas Media Sosial juga berpengaruh positif terhadap Ketanggapan Respons Pemerintah dengan nilai beta 0,760 dan signifikansi di bawah 0,001. Nilai t hitung 12,988 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut sangat kuat dan meyakinkan secara statistik. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat viralitas informasi pada media sosial pemerintah, semakin tinggi pula ketanggapan pemerintah dalam menjawab kebutuhan dan keluhan masyarakat. Nilai koefisien determinasi 0,578 menunjukkan bahwa Viralitas Media Sosial memberikan kontribusi sebesar 57,8% terhadap variasi Ketanggapan Respons Pemerintah, yang menandakan peran media sosial yang cukup dominan dalam meningkatkan responsivitas pelayanan publik digital.

Hasil analisis regresi juga mengungkap bahwa Keterlibatan Masyarakat Digital berpengaruh signifikan terhadap Ketanggapan Respons Pemerintah, dengan nilai beta 0,516 dan nilai signifikansi di bawah 0,001. Nilai t hitung sebesar 5,816 menegaskan bahwa partisipasi aktif masyarakat digital dalam bentuk laporan, kritik, maupun saran memiliki pengaruh nyata dalam mendorong pemerintah untuk merespons lebih cepat dan tepat. Nilai koefisien determinasi 0,616 menunjukkan bahwa Viralitas Media Sosial dan Keterlibatan Masyarakat Digital secara bersama-sama mampu menjelaskan 61,6% variasi Ketanggapan Respons Pemerintah. Artinya, kombinasi antara tingginya viralitas informasi dan partisipasi masyarakat digital membentuk pola komunikasi publik yang lebih partisipatif, interaktif, dan responsif, sementara sisanya 38,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian seperti kapasitas birokrasi, infrastruktur teknologi, dan kebijakan internal pemerintah.

3.2 Analisis dan Implementasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat digital dalam implementasi *smart city* dan pelayanan publik berbasis digital. Viralitas informasi pada akun resmi pemerintah melalui *likes*, komentar, *share*, dan jangkauan konten mampu mendorong masyarakat untuk lebih aktif memberikan komentar, kritik, saran, maupun aspirasi digital terkait pelayanan publik. Temuan ini selaras dengan meta-analisis yang menunjukkan bahwa media sosial memberikan efek positif sedang hingga besar terhadap partisipasi warga, transparansi, kolaborasi, dan kepercayaan publik dalam konteks e-government. Kondisi tersebut menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi satu arah, tetapi juga sebagai media komunikasi dua arah yang dapat menjembatani kesenjangan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

Tingginya viralitas informasi di media sosial dapat menciptakan perhatian publik terhadap isu tertentu sehingga mendorong masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam diskusi digital. Ketika suatu isu layanan publik atau kebijakan menjadi bahan perbincangan luas, intensitas interaksi di media sosial pemerintah meningkat, baik dalam bentuk komentar, *mention*, maupun *tagging*. Semakin tinggi tingkat interaksi tersebut, semakin besar peluang masyarakat untuk terlibat dalam komunikasi publik digital yang lebih deliberatif. Dalam konteks *smart city*, situasi ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana penting dalam membangun hubungan yang lebih kolaboratif antara pemerintah dan masyarakat, sejalan dengan konsep *smart city governance* yang menekankan integrasi TIK dan partisipasi warga untuk meningkatkan transparansi dan kualitas layanan publik.

Keterlibatan masyarakat digital yang tinggi juga memberikan dampak positif terhadap ketanggapan respons pemerintah. Partisipasi warga dalam menyampaikan aduan, kritik, dan kebutuhan publik melalui kanal digital membantu pemerintah memperoleh informasi secara lebih cepat, aktual, dan dekat dengan kondisi di lapangan. Sejalan dengan kajian transformasi digital dan e-governance, aliran informasi dari warga ini memungkinkan pemerintah merespons keluhan dan kebutuhan secara lebih tepat sasaran, mengurangi waktu penanganan, dan meningkatkan kepuasan layanan. Pemerintah tidak lagi hanya bergantung pada laporan formal dan birokratis, tetapi juga dapat memanfaatkan data dan interaksi yang berkembang di media sosial sebagai sumber masukan kebijakan dan evaluasi layanan.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa implementasi media sosial dalam *smart city* memiliki peran strategis dalam menciptakan tata kelola pemerintahan yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika masyarakat digital. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai instrumen pemantauan kebutuhan masyarakat secara cepat, misalnya dengan menganalisis keluhan, topik yang sering dibicarakan, dan sentimen publik terhadap kebijakan tertentu. Dengan cara ini, pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih berbasis data dan kontekstual. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sarana evaluasi pelayanan publik karena masyarakat dapat memberikan umpan balik langsung terkait kualitas layanan, yang kemudian dapat diolah untuk perbaikan berkelanjutan.

Konsistensi temuan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya semakin menguatkan posisi media sosial sebagai penggerak partisipasi digital dalam *smart city* dan e-government. Meta-analisis menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi signifikan terhadap peningkatan partisipasi warga, transparansi, kepercayaan publik, dan kolaborasi antara

pemerintah dan masyarakat. Studi tentang *smart city governance* di Jakarta dan Kuala Lumpur juga menemukan bahwa pemanfaatan TIK dan media sosial, khususnya Twitter, dapat meningkatkan partisipasi warga, memantau sentimen publik, dan memperbaiki kualitas layanan serta transparansi. Penelitian lain di Filipina menunjukkan bahwa kombinasi e-governance dan media sosial mampu meningkatkan efisiensi layanan, kepuasan, dan kepercayaan warga, meskipun masih dihadapkan pada tantangan infrastruktur dan resistensi digital.

Dalam implementasinya, optimalisasi media sosial *smart city* dapat dilakukan melalui berbagai strategi. Pemerintah daerah dapat meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial dengan menyediakan informasi publik yang lebih interaktif, responsif, dan mudah dipahami. Konten yang informatif, visual, dan relevan dengan kebutuhan warga akan meningkatkan perhatian dan *engagement* terhadap kanal resmi pemerintah. Selain itu, kualitas komunikasi digital juga perlu ditingkatkan melalui kecepatan dan kejelasan respons, bahasa yang mudah dipahami, serta sikap komunikatif yang membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan temuan bahwa kepemimpinan digital dan strategi komunikasi yang kolaboratif dapat memperkuat kepercayaan dan partisipasi warga di tingkat lokal.

Integrasi media sosial dengan platform layanan digital pemerintah juga menjadi bagian penting dalam implementasi *smart city*. Integrasi tersebut memungkinkan masyarakat menyampaikan aduan dan aspirasi secara lebih mudah melalui kanal yang saling terhubung, misalnya tautan dari unggahan media sosial ke aplikasi pengaduan resmi atau portal layanan publik. Dengan model ini, proses penanganan aduan dapat dilakukan secara lebih cepat, terstruktur, dan terdokumentasi dengan baik. Di sisi lain, media sosial dapat digunakan sebagai sarana penyebaran informasi terkait kebijakan publik, layanan masyarakat, maupun kondisi darurat yang membutuhkan respons cepat, sehingga meningkatkan kesiapsiagaan dan partisipasi publik dalam situasi krisis.

Peningkatan literasi digital masyarakat juga menjadi faktor penting dalam mendukung efektivitas implementasi media sosial *smart city*. Masyarakat dengan tingkat literasi digital yang baik akan lebih mudah memahami informasi publik, menggunakan platform digital pemerintah, dan berpartisipasi secara konstruktif dalam komunikasi publik digital. Beberapa studi menekankan pentingnya kebijakan inklusi digital, program pelatihan, dan pendampingan untuk mengurangi kesenjangan literasi dan akses, terutama di wilayah atau kelompok yang tertinggal. Tanpa literasi dan akses yang memadai, potensi media sosial untuk memperluas partisipasi dan meningkatkan kualitas tata kelola akan sulit tercapai secara merata.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat membantu pemerintah menciptakan pelayanan publik yang lebih transparan dan inklusif. Komunikasi publik digital yang terbuka memungkinkan masyarakat memantau proses pelayanan pemerintah, melihat bagaimana aduan ditangani, dan menilai konsistensi respons, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah. Transparansi dan keterbukaan informasi ini sejalan dengan prinsip *smart governance* yang menempatkan akuntabilitas dan keterlibatan warga sebagai pilar utama.

Implementasi media sosial *smart city* juga berkontribusi pada pembentukan citra positif pemerintah dalam pelayanan publik digital. Pemerintah yang aktif, komunikatif, dan responsif di media sosial cenderung dianggap lebih modern, terbuka, dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat. Respons yang cepat dan solutif terhadap keluhan dan aspirasi warga dapat meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan terhadap lembaga publik. Di sisi lain, pengelolaan yang pasif dan tidak responsif berpotensi menurunkan kepercayaan dan memunculkan persepsi negatif di ruang digital. Dalam praktiknya, pemerintah dapat melakukan beberapa langkah strategis sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pengelolaan media sosial pemerintah secara lebih interaktif dan responsif, misalnya melalui penetapan standar waktu respons, tim *admin* khusus, dan pemantauan rutin terhadap isu publik.
- b. Mengintegrasikan media sosial dengan platform layanan publik digital sehingga setiap aduan dan aspirasi yang muncul di media sosial dapat ditindaklanjuti melalui sistem layanan resmi.
- c. Meningkatkan kualitas informasi publik agar lebih menarik dan mudah dipahami masyarakat, baik melalui penyederhanaan bahasa, penggunaan infografis, maupun format tanya jawab interaktif.
- d. Meningkatkan literasi digital masyarakat untuk mendorong partisipasi publik dalam implementasi *smart city* melalui program edukasi, sosialisasi, dan kolaborasi dengan komunitas lokal.

Dengan demikian, media sosial *smart city* dapat mendukung terciptanya pelayanan publik yang lebih partisipatif, responsif, transparan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hasil penelitian ini, diperkuat oleh berbagai studi tentang e-government, *smart governance*, dan partisipasi digital, menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya menjadi alat komunikasi digital, tetapi juga bagian penting dalam mendukung tata kelola pemerintahan modern yang berbasis teknologi informasi, kolaboratif, dan berorientasi pada warga.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh Viralitas Media Sosial terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital serta dampaknya terhadap Ketangkasan Respons Pemerintah dalam konteks implementasi *smart city* di Kota Tangerang. Melalui analisis statistik menggunakan IBM SPSS Statistics, seluruh hipotesis penelitian dinyatakan

diterima karena memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, yang berarti hubungan antarvariabel terbukti signifikan secara statistik. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Viralitas Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keterlibatan Masyarakat Digital dengan nilai beta sebesar 0,729 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,531. Angka tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penyebaran informasi, intensitas interaksi, dan jangkauan konten pada media sosial pemerintah, semakin tinggi pula tingkat partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, kritik, komentar, maupun umpan balik terhadap pelayanan publik digital. Dengan kata lain, lebih dari separuh variasi keterlibatan masyarakat digital dapat dijelaskan oleh tingkat viralitas aktivitas komunikasi pemerintah di media sosial. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Viralitas Media Sosial berpengaruh positif terhadap Ketangkasan Respons Pemerintah dengan nilai beta sebesar 0,760 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,578. Temuan ini menggambarkan bahwa tingginya arus informasi dan aktivitas masyarakat di media sosial membantu pemerintah memperoleh informasi publik secara lebih cepat, sehingga proses respons terhadap kebutuhan, keluhan, dan aspirasi masyarakat dapat dilakukan dengan lebih efektif dan responsif. Kondisi ini sekaligus mendorong pemerintah untuk terus meningkatkan kualitas komunikasi publik digital agar mampu menjaga dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik berbasis digital yang diselenggarakan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa Keterlibatan Masyarakat Digital memiliki pengaruh signifikan terhadap Ketangkasan Respons Pemerintah dengan nilai beta sebesar 0,516. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi aktif masyarakat dalam komunikasi publik digital baik melalui penyampaian aduan, kritik, usulan, maupun kebutuhan publik memiliki peran penting dalam mendorong efektivitas pelayanan publik dan keberhasilan implementasi *smart city*. Semakin tinggi tingkat keterlibatan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial untuk menyuarakan kebutuhan dan permasalahan yang mereka hadapi, semakin besar pula peluang pemerintah untuk merespons secara cepat, tepat, dan sesuai sasaran dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa optimalisasi pemanfaatan media sosial *smart city* dapat menjadi strategi kunci dalam meningkatkan kualitas komunikasi publik digital, memperluas partisipasi masyarakat, dan memperbaiki mutu pelayanan publik berbasis digital. Media sosial tidak lagi hanya diposisikan sebagai sarana penyebaran informasi satu arah, tetapi juga sebagai media komunikasi dua arah yang mampu membangun hubungan yang lebih kolaboratif, dialogis, dan partisipatif antara pemerintah dan masyarakat. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan dan mengembangkan strategi komunikasi publik digital yang lebih partisipatif, transparan, dan responsif untuk mendukung implementasi *smart city* yang berorientasi pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

REFERENCES

- [1] D. Das, "Exploring the Symbiotic Relationship between Digital Transformation, Infrastructure, Service Delivery, and Governance for Smart Sustainable Cities," *Smart Cities*, p., 2024, doi: 10.3390/smartsities7020034.
- [2] T. Aditya, S. Ningrum, H. Nurasa, and I. Irawati, "Community needs for the digital divide on the smart city policy," *Heliyon*, vol. 9, p., 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e18932.
- [3] O. Kolotouchkina, L. R. González, and W. Belabas, "Smart Cities, Digital Inequalities, and the Challenge of Inclusion," *Smart Cities*, p., 2024, doi: 10.3390/smartsities7060130.
- [4] Nurlinah, M. C. Ansar, K. Chowdhury, G. Wiedenhöft, and M. Fitz-Oliveira, "Impact of government digital transformation on citizen trust and participation: evidence from Gowa Regency, Indonesia," *Frontiers in Human Dynamics*, p., 2025, doi: 10.3389/fhumd.2025.1700582.
- [5] A. Aman, K. Imtihan, and M. Rodi, "Evaluating User Satisfaction and Public Engagement in Local Government Social Media," *International Journal of Engineering, Science and Information Technology*, p., 2025, doi: 10.52088/ijesty.v5i3.905.
- [6] P. A. Maulan and N. Fitriani, "E-GOVERNMENT AND PUBLIC TRUST: EXAMINING THE IMPACT OF DIGITAL TRANSPARENCY ON CITIZEN ENGAGEMENT IN SOUTHEAST ASIA," *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, p., 2025, doi: 10.51903/shq0s821.
- [7] D. Mutiarin and H. Lawelai, "Optimizing the Role of ICT and Citizen Participation: Analysis of Smart City Governance Implementation in Jakarta, Indonesia and Kuala Lumpur, Malaysia," in *E3S Web of Conferences*, 2023, p. doi: 10.1051/e3sconf/202344003027.
- [8] M. Hutahaean, I. Eunike, and A. D. K. Silalahi, "Do Social Media, Good Governance, and Public Trust Increase Citizens' e-Government Participation? Dual Approach of PLS-SEM and fsQCA," *Hum. Behav. Emerg. Technol.*, p., 2023, doi: 10.1155/2023/9988602.
- [9] C. Shen, Y. Xu, and Z. Yuan, "Digital dialogue in smart cities: Evidence from public concerns, government responsiveness, and citizen satisfaction in China," *Cities*, p., 2025, doi: 10.1016/j.cities.2025.105717.

- [10] S. R. Aghdam, B. B. Morad, B. Ghasemzadeh, M. Irani, and A. Huovila, "Social smart city research: interconnections between participatory governance, data privacy, artificial intelligence and ethical sustainable development," *Frontiers in Sustainable Cities*, p., 2025, doi: 10.3389/frsc.2024.1514040.
- [11] H. Cao and C. Kang, "A citizen participation model for co-creation of public value in a smart city," *J. Urban Aff.*, vol. 46, pp. 905–924, 2022, doi: 10.1080/07352166.2022.2094799.
- [12] A. C. L. D. Ferreira and T. R. Coelho, *Factors of engagement in e-Participation in a smart city*. 2022. doi: 10.1145/3560107.3560302.
- [13] H.-L. Jiang and X. Tang, "Effects of local government social media use on citizen compliance during a crisis: Evidence from the COVID-19 crisis in China," *Public Adm.*, p., 2022, doi: 10.1111/padm.12845.
- [14] F. Parinusa, H. Marisa, S. H. Idrus, E. Christianingsih, and R. Nokeo, "The Effectiveness of Digital Government Services, Public Participation Mechanisms, and Policy Innovation in Public Administration," *The Journal of Academic Science*, p., 2024, doi: 10.59613/3t0y3v45.
- [15] V. Syahrial and M. Narastri, "Pengaruh E-Government, Kompetensi Aparatur Kecamatan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kualitas Pelayanan Publik di Kecamatan Gedangan," *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, p., 2026, doi: 10.55606/optimal.v6i1.9140.
- [16] H. Budi and H. Hildawati, "E-Government Implementation and Citizen Satisfaction in Public Administration," *West Science Business and Management*, p., 2025, doi: 10.58812/wsbm.v3i04.2548.
- [17] U. Pribadi, M. Iqbal, M. Ibrahim, Juhari, and Y. Ahdarrijal, "Nexus of public organization, transparency, and accountability in Indonesia's digital governance," *J. Public Aff.*, p., 2024, doi: 10.1002/pa.2940.
- [18] K. Aliyah, B. Kisworo, S. Miraj, and S. Gupta, "The Effect of Digital Marketing Through Social Media and Tourism Attractiveness on Visitor Interest," *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, p., 2024, doi: 10.21831/jppm.v11i1.72327.
- [19] G. Huang, D. Li, S. Zhou, S. Ng, W. Wang, and L. Wang, "Public opinion on smart infrastructure in China: Evidence from social media," *Util. Policy*, p., 2025, doi: 10.1016/j.jup.2025.101886.