AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat

p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i1.2380

INTERAKSI SOSIAL AKUN TWITTER PT.ANGKASA PURA II (STUDI ANALISIS ISI)

Social Interaction of PT. Angkasa Pura II's Twitter Account (Content Analysis Study)

Nadhifah Bernice Tsaniyah[1], Nabila Aulia Rahma Putri[2], Hana Naura Kafidani[3], Diana Amalia[4]
Universitas Pembangunan Nasional "veteran" Jawa Timur
21043010042@student.upnjatim.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Dec 1, 2023	Dec 16, 2023	Dec 20, 2023	Dec 24, 2023

Abstract

Social interaction is a reciprocal relationship between individuals that mutually influences each other. Social interaction not only occurs in the real world but can also take place on social media accounts. Social media interactions happen when users engage with each other through available platforms. Social media provides convenience for users to interact with friends, family, and even distant relatives through the provided social media accounts without the need for face- to-face meetings. Our research aims to analyze the content posted by the Twitter account of PT. Angkasa Pura 2. This includes the types of posts, discussed topics, and how the content relates to the organization's communication goals. The research method used is descriptive research. Descriptive research employs an approach that is used to depict and define the characteristics of a phenomenon without making changes to it. This study will uncover and understand the root issues of "lack of interaction on the Twitter account of PT. Angkasa Pura 2". After this research, it will be possible to identify any conflicts that have occurred. Subsequently, the issues will be presented, and the best solutions for the progress of the PT. Angkasa Pura 2 Twitter account will be proposed.

Keywords *: Twitter ; Social interaction ; Social Media*

Jurnal Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Interaksi sosial adalah hubungan timbal balik antara individu yang saling memengaruhi satu sama lain. Interaksi sosial tidak hanya terjadi di dunia nyata tetapi juga dapat terjadi di akun media sosial. Interaksi media sosial terjadi ketika pengguna berkomunikasi satu sama lain melalui platform-platform yang tersedia. Media sosial memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berinteraksi dengan teman, keluarga, dan bahkan kerabat jauh melalui akun media sosial tanpa perlu pertemuan tatap muka. Penelitian kami bertujuan untuk menganalisis konten yang diposting oleh akun Twitter PT. Angkasa Pura 2. Ini mencakup jenis-jenis postingan, topik-topik yang dibahas, dan bagaimana kontennya berkaitan dengan tujuan komunikasi organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menggunakan pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan dan mendefinisikan karakteristik suatu fenomena tanpa membuat perubahan padanya. Studi ini akan mengungkap dan memahami akar permasalahan "kurangnya interaksi di akun Twitter PT. Angkasa Pura 2". Setelah penelitian ini, akan memungkinkan untuk mengidentifikasi konflik yang telah terjadi. Selanjutnya, permasalahan akan disajikan, dan solusi terbaik untuk kemajuan akun Twitter PT. Angkasa Pura 2 akan diusulkan.

Kata Kunci : Twitter ; Interaksi Sosial ; Media Sosial

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan salah satu bentuk dan hasil dari kemajuan teknologi terkini. Dari banyaknya melewati masa bertahun-tahun, mulai dari belum adanya teknologi yang maju hingga teknologi sudah mulai maju dan canggih seperti sekarang, kehadiran sosial media sangat membantu pada kehidupan manusia sehari-hari. Media sosial juga tempat untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Namun, yang membedakan dengan berinteraksi dan bersosialisasi seperti biasa adalah media sosial melakukannya dengan menggunakan platform daring. Dimana keadaan seperti ini sangat amat mempermudah orang dengan jarak jauh dapat berkomunikasi tanpa ada halangan yang besar. Dari media sosial sendiri bisa bertemu dengan banyaknya macam orang, mulai dari dalam negeri maupun luar negeri, karena sifat dari media sosial adalah global.

Selain berfungsi untuk berinteraksi, media sosial sendiri memiliki banyak manfaat lainnya mulai dari berbagi informasi, membentuk jaringan, mempromosikan bisnis, mendukung kampanye sosial, dan banyak lagi lainnya. Dalam membentuk jaringan ini, banyak sekali jaringan sosial tersebar di media sosial ini mulai dari Instagram, Facebook, LinkeDIn, Tiktok, Telegram, dan Twitter.

Menurut Fronika (2019), bahwa jejaringan sosial merupakan platform dimana setiap individu dapat membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-teman mereka untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi.

Selain itu, media sosial hadir dengan memiliki banyak macam didalamnya, seperti majalah digital, forum internet, blog, blog sosial, jejaring sosial, podcast, dan bookmark sosial. Setiap macam media sosial ini memiliki kelebihannya masing-masing, seperti podcast, didalamnya terdapat banyak tema yang akan dibahas tergantung podcasternya. Podcast sendiri bisa dibedakan menjadi dalam bentuk audio saja maupun video, visual, dan audio. Biasanya proses pembuatan podcast dilakukan dengan berbicara santai seperti bercerita sharing-sharing kehidupan.

Kembali ke jejaringan sosial beserta macam fungsi dan kegunaannya. Di jejaringan sosial kita dapat membuat banyak karya mulai dari konten berkolaborasi (contoh dari Wikipedia), konten video vlog keseharian dengan durasi panjang (contoh dari Youtube), membuat video tutorial pendek dan video kreatif (contoh dari reels Instagram), konten video lucu dan komedi singkat (contoh dari Tiktok), berbagi cerita dengan menggunakan thread (contoh dari Twitter), dan banyak lagi lainnya (Fronika, 2019). Hasil kegunaan dan manfaat dari jejaringan sosial dapat membuat orang-orang sekitar menjadi lebih mengerti dengan akun yang kita memiliki sehingga orang-orang akan mengerti dengan akun yang telah membuat konten tersebut, dari sini mulailah jejaringan sosial dapat membantu mempermudah mempromosikan bisnis atau bahkan akun perusahaan menjadi lebih diketahui orang dan yang bersangkutan dapat menyebarkan informasi yang luas kepada masyarakat.

Dari banyaknya macam jejaringan sosial yang ada, terdapat salah satu media sosial yang kerap banyak digunakan masyarakat, Twitter. Twitter merupakan media sosial yang memiliki banyak fitur yang menarik didalamnya, mungkin untuk orang-orang yang belum terbiasa menggunakannya akan merasa kesulitan memakai twitter, namun dengan belajar twitter sendiri sangat mudah dipahami cara kerjanya dan didalam twitter juga dapat membagikan cerita keseharian setiap orang.

Twitter merupakan aplikasi media sosial yang memberikan banyak layanan komunikasi untuk menghubungkan satu sama lain, mulai dari teman, keluarga, kerabat dekat, kerabat jauh, maupun sesama penggunanya. Cara penghubung didalam twitter sendiri kerap didukung oleh fitur layanan microblogging, yang memungkinkan pengguna twitter untuk mem posting pesan singkat yang memiliki batasan maksimal 140 karakter, baik dalam bentuk teks, foto, video, maupun audio (Oktaviana, Achmad, Arviani, & Kusnarto, 2021).

Disetiap jejaringan sosial pastinya memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda-beda, sama halnya dengan twitter. Twitter memiliki karakteristik dan keunggulan yang lumayan

banyak yaitu mulai dari pesan singkat, penggunaan hashtag, follower dan following, retweet, keterlibatan, real time, dan dukungan multimedia. Dari karakter yang disebutkan, ada keunggulan dan yang membuat ikonik dari aplikasi twitter sendiri yaitu penggunaan hashtag, pesan singkat, dan retweet. Ketiga keunggulan ini dapat dikatakan ikoniknya twitter karena tiga karakter ini hanya ada dalam fitur jejaringan sosial twitter. Dari ketiganya memiliki fungsi unggul masing-masing. Penggunaan hashtag, karakter ini memudahkan pengguna twitter untuk mengetahui hal-hal yang sedang viral, selain itu juga untuk mengkategorikan tweet dan membuatnya mudah ditemukan oleh orang dengan minat serupa. Pesan singkat, karakter ini dibuat twitter untuk membatasi panjang pesan dengan alasan supaya pengguna twitter bisa menyampaikan gagasan dalam format yang singkat dan langsung. Dan yang terakhir ada retweet, retweet sendiri berfungsi sebagai fitur bagikan ulang tweet orang lain untuk menyebarkan pesan yang menarik.

Dari penjelasan media sosial diatas, dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki banyak nilai plus dan keunggulan. Dengan kondisi teknologi yang semakin maju dan canggih media sosial ini benar-benar membantu dan selalu berdampingan dengan kehidupan masyarakat yang sekarang. Kehadiran media sosial membantu menyebarluaskan informasi yang baik, penting, dan berguna secara cepat dengan hitungan menit saja. Media sosial juga dapat menghubungkan dan tetap bisa melakukan komunikasi dengan jarak jauh.

Interaksi sosial tidak hanya terjadi dalam dunia nyata namun juga dapat terjadi dalam akun media sosial. Interaksi pada media sosial dapat terjadi ketika pengguna media sosial berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui platform yang di tersedia. Media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam berinteraksi dengan teman, keluarga, maupun kerabat jauh melalui akun-akun media sosial yang sudah disediakan tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Interaksi sosial sendiri merupakan hubungan timbal balik antara individu satu dengan individu lainnya yang dapat mempengaruhi salah satunya. Hubungan tersebut dapat terjalin antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok (Lestari, 2019).

Interaksi sosial dalam akun media sosial mengacu pada berbagai jenis keterlibatan dan komunikasi yang terjadi antara pengguna media sosial seperti akun media sosial twitter melalui berbagai bentuk konten seperti teks, gambar, video, dan lainnya. Interaksi sosial ini sendiri mencakup berbagai aktivitas seperti komentar, like, subscriber, berbagi konten, pesan

pribadi, dan interaksi lainnya yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi dengan satu sama lain dalam lingkungan digital.

Interaksi sosial dalam akun media sosial terdapat beberapa aspek di dalamnya, seperti komentar dimana penggunanya dapat mengomentari postingan atau konten yang dibagikan oleh pengguna lain. Komentar ini dapat berupa pertanyaan, dukungan, kritik, tanggapan, maupun apresiasi. Kemudian ada like dan reaksi dimana salah satu bentuk interaksi sosial yang paling umum adalah memberikan "like" atau emoji yang termasuk dalam bagian reaksi terhadap postingan atau konten. Hal ini sering digunakan untuk menunjukkan ketertarikan atau persetujuan terhadap konten atau postingan tersebut. Lalu ada mention dan tagging dimana pengguna dapat menyebutkan atau menandai pengguna lain dalam postingan mereka. Mention ini dapat digunakan untuk meminta pendapat orang lain, memberikan apresiasi, memberikan informasi ataupun untuk memperluas jaringan sosial. Feed dan umpan balik, memberikan umpan balik positif atau negatif terhadap produk, konten, atau layanan yang dibagikan oleh pengguna tersebut.

Selanjutnya ada berbagi konten, pengguna media sosial dapat berbagi postingan atau konten yang mereka temukan dengan jaringan mereka sendiri. Hal ini memungkinkan informasi tersebut tersebar lebih luas di antara berbagai pengguna. Masih banyak lagi aspek interaksi sosial pada media sosial seperti pesan pribadi, diskusi dan debat, serta kolaborasi dan grup. Interaksi sosial dalam akun media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan memelihara hubungan sosial, mempromosikan produk atau layanan, menyebarkan informasi, dan menghasilkan diskusi dan ide-ide baru. Namun, penting juga untuk diingat bahwa interaksi sosial dalam media sosial dapat membawa risiko, seperti penyebaran informasi palsu atau negatif, dan oleh karena itu, pengguna perlu mempertimbangkan etika dan tanggung jawab dalam interaksi online mereka. Intensitas pengguna media sosial terdiri dari 4 aspek diantaranya aspek penghayatan, perhatian, durasi dan frekuensi yang memiliki kecenderungan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi (Neidi, 2019).

O'Reilly & Milstein menganggap Twitter sebagai platform pesan yang berbagi banyak karakteristik dengan alat komunikasi yang telah ada. Mereka mencatat bahwa Twitter memiliki kesamaan dengan email, pesan instan, SMS, blogging, RSS, jejaring sosial, dan lainnya. Menurut pandangan mereka, Twitter muncul sebagai saluran bisnis utama yang memungkinkan interaksi personal dan publik antara perusahaan dengan konsumen, mitra,

dan konstituen. Kelebihan utama Twitter yang mereka soroti adalah kemampuannya untuk memfasilitasi keterlibatan langsung dengan berbagai pihak. Ini termasuk fitur seperti Tweet, Retweet, reply, dan mention (O'Reilly & Milstein, 13).

Twitter merupakan media sosial yang digunakan oleh banyak perusahaan besar milik negara maupun swasta. Karena sifatnya yang real time dan cepat dalam penyebarannya, banyak perusahaan menggunakan akun twitternya untuk membangun komunikasi dengan netizen maupun customernya. Pada postingan masing-masing akun twitter beragam, dengan interaksi sosial yang beragam pula. Interaksi digital ini berupa tweet, komentar, dan juga retweet. Salah satu akun twitter perusahaan BUMN seperti KAI ini sedang ramai diperbincangkan karena memiliki interaksi yang cukup signifikan dengan netizen khususnya. Namun sedikit berbeda dengan akun PT Angkasa Pura 2 ini memiliki interaksi sosial yang sedikit rendah.

(1) Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis isi interaksi sosial akun twitter PT. Angkasa Pura 2.

(2) Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis isi konten yang diposting oleh akun Twitter PT. Angkasa Pura 2. Hal ini mencakup jenis-jenis posting, topik-topik yang dibahas, dan bagaimana konten tersebut berhubungan dengan tujuan komunikasi organisasi.

(3) Manfaat Penelitian

Penelitian Analisis Isi terkait interaksi sosial akun Twitter PT. Angkasa Pura 2 dapat memiliki beberapa manfaat, termasuk:

1. Pemahaman tentang Reputasi dan Citra: Analisis isi dapat membantu dalam memahami bagaimana akun Twitter PT. Angkasa Pura 2 mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan di platform tersebut. Ini dapat membantu perusahaan untuk mengelola citra mereka dengan lebih efektif.

2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Dengan menganalisis interaksi sosial, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana pelanggan puas dengan layanan dan informasi yang diberikan oleh perusahaan melalui akun Twitter mereka.

3. Evaluasi Strategi Media Sosial: Penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi efektivitas strategi media sosial mereka di Twitter, termasuk jenis konten yang

paling diminati oleh pengguna dan cara berinteraksi dengan audiens dengan lebih baik.

4. Identifikasi Isu dan Keluhan: Melalui analisis isi, penelitian ini dapat membantu dalam mengidentifikasi isu-isu atau keluhan yang mungkin muncul di platform Twitter, sehingga perusahaan dapat meresponsnya dengan cepat dan efisien.

5. Perbaikan Komunikasi: Dengan memahami pola interaksi sosial, PT. Angkasa Pura 2 dapat meningkatkan cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan dan audiens potensial mereka di Twitter, yang dapat membantu meningkatkan keterlibatan dan dukungan pelanggan.

6. Benchmarking dengan Pesaing: Penelitian ini juga dapat digunakan untuk membandingkan interaksi sosial PT. Angkasa Pura 2 dengan pesaing mereka di platform Twitter, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana perusahaan mereka berdiri dibandingkan dengan yang lain.

Dengan memanfaatkan analisis isi terhadap interaksi sosial di akun Twitter mereka, PT. Angkasa Pura 2 dapat mengambil langkah-langkah yang lebih baik dalam mengelola citra mereka, meningkatkan pelayanan pelanggan, dan berkomunikasi dengan audiens mereka secara lebih efektif.

METODE

(1) Metode Penelitian Deskriptif

Metode penelitian deskripsi menggunakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan mendefinisikan karakteristik suatu fenomena tanpa melakukan perubahan pada fenomena tersebut. Adanya metode ini untuk menghasilkan suatu deskripsi yang sistematis, jelas, mudah dipahami, dan akurat pada fenomena yang diteliti. Ada beberapa cara dalam melakukan metode penelitian ini yaitu; survey, wawancara, analisis dokumen, analisis statistik, pengamatan lapangan, studi kasus, dan riwayat hidup.l

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Menurut Bog dan Taylo dalam Moleong (2005) sebagaimana dikutip oleh Rondonuwu (2018), penelitian kualitatif melibatkan prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan serta perilaku yang dapat diamati dari partisipan. Pendekatan kualitatif ini ditandai dengan pemahaman mendalam terhadap gejala tanpa memerlukan pengukuran yang cepat karena sifat gejala yang sulit diukur. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini

mencakup observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumen sebagaimana dijelaskan oleh Sugiono (2009) sebagaimana dikutip oleh Rondonuwu (2018).

Penelitian ini menggunakan cara analisis dokumen, dimana mengharuskan menganalisis isi akun twitter PT. Angkasa Pura 2 dan spesifikasinya mengarah pada konten- konten yang diunggah beserta meneliti keaktifan dalam berinteraksi di sosial media twitter. Analisis konten yang dilakukan adalah memahami isi dari sisi foto, edit foto, tipe font, size font, copywriter konten, beserta informasi yang diberikan pada konten tersebut.

(2) Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik suatu masalah yang diangkat sehingga dapat membantu pemahaman terhadap suatu masalah. Definisi konseptual dari penelitian "Analisis isi: Interaksi sosial akun Twitter PT. Angkasa Pura 2" dapat diuraikan sebagai berikut: Penelitian ini merupakan upaya untuk menyelidiki dan memahami secara mendalam interaksi sosial yang terjadi pada akun Twitter resmi milik PT. Angkasa Pura 2, yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang manajemen bandara dan layanan terkait di Indonesia. Analisis isi dalam konteks ini mencakup analisis teks dan konten yang dihasilkan oleh akun Twitter tersebut, baik dalam bentuk tweet maupun respons terhadap interaksi dengan pengguna Twitter lainnya.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menginterpretasi pesan-pesan yang diposting oleh akun Twitter PT. Angkasa Pura 2, serta respons dan interaksi yang terjadi dengan pengikut, pelanggan, dan pengguna Twitter lainnya. Analisis ini dapat melibatkan aspek-aspek seperti jenis konten yang dibagikan, topik-topik yang diperbincangkan, pola tanggapan terhadap pertanyaan atau komentar, serta bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan audiensnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang citra perusahaan, efektivitas strategi komunikasi media sosial, tingkat kepuasan pelanggan, dan isu-isu yang mungkin muncul dalam interaksi sosial di platform Twitter. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana PT. Angkasa Pura 2 berinteraksi dengan audiensnya melalui akun Twitter mereka dan dampaknya terhadap hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan.

HASIL

Analisis isi dilakukan pada postingan twitter pada akun sosial media twitter Angkasa Pura II. Sebagian besar postingan yang diunggah memperoleh engagement dan interaksi sosial yang sedikit. Pada salah satu 1 postingan yang disematkan memperoleh cukup banyak tanggapan atau interaksi sosial yang diberikan oleh warganet, yaitu pada postingan himbauan lowongan pekerjaan palsu yang mengatasnamakan Angkasa Pura II. Secara ratarata, postingan ini memperoleh 7 reply an (balasan tweet / thread), 4 retweet an (tweet orang lain yang kita posting kembali sebagai tweet kita sendiri), 14 likes, dan 9 ribu viewers. Dimana hal ini merupakan interaksi sosial terbanyak dibanding 10 postingan terakhirnya.



Gambar 1. Foto yang menunjukkan informasi himbauan lowongan pekerjaan palsu

https://x.com/AngkasaPura_2/status/1658041351039238145?s=20



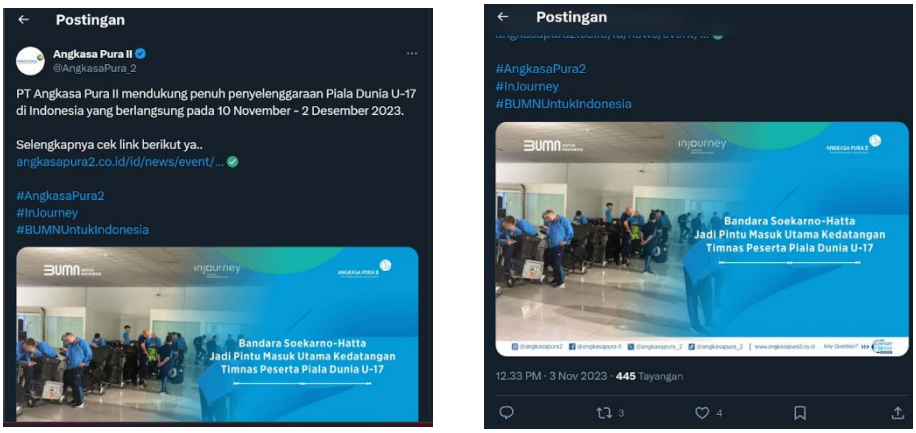
Gambar 2. Foto ucapan ulang tahun PT Sucofindo

Menurut kami, banyaknya interaksi yang diberikan oleh warganet pada postingan tersebut karena topik yang diberikan menarik, informatif, dan disematkan (postingan yang disematkan akan muncul pada awal postingan atau akun ini dibuka). Postingan tersebut menjelaskan adanya penipuan atas lowongan kerja yang mengatasnamakan Angkasa Pura II, memberikan link akun lowongan kerja yang resmi, dan postingan gambar yang menjelaskan proses seleksi dan ciri-ciri lowongan kerja yang palsu.

Dalam kasusnya, warganet yang membalas postingan himbauan, rata-rata menanyakan kebenaran kepalsuan atas surat lowongan pekerjaan yang mengatasnamakan Angkasa Pura II. Mereka membalas postingan tersebut untuk mendapatkan kebenaran dan validasi dari Angkasa Pura II sendiri. Dibandingkan dengan postingan yang lainnya, salah satunya seperti pada gambar 2 postingan ucapan perayaan ulang tahun Pt Sucofindo, yang lebih sedikit memperoleh interaksi warganet. Hal ini terjadi karena anggapan warganet bahwa ulang tahun perusahaan bukan merupakan hal yang istimewa dan informatif untuk mereka tweet. Secara gamblang terlihat tidak ada tweet dan reply an, terdapat hanya 2 likes, dan 302 viewers saja.

Postingan yang serupa seperti ucapan perayaan juga tidak mendapat interaksi yang banyak dari warganet. Banyak spekulasi yang muncul mengapa postingan tersebut sepi, seperti postingan perayaan itu cukup sebagai informasi semata bagi warganet, tidak ada hal penting/ informasi yang menguntungkan, hanya sebatas formalitas pengucapan saja dan lainnya. Namun seharusnya, postingan-postingan tersebut ramai akan interaksi seperti ucapan, likes, maupun retweetan, karena akun yang mengucapkan mempunyai nama yang besar, terkenal, serta pengikut yang banyak.

- Hubungan antara kelompok dengan kelompok



Gambar 3. Dukungan penyelenggaraan piala dunia U-17

Selain terjalinnya hubungan individu dengan individu, dalam twitt nya Angkasa Pura 2 juga memiliki komunikasi antara kelompok dengan kelompok, seperti halnya gambar diatas. Dimana Angkasa Pura 2 memberikan pernyataan dukungan penuh terhadap penyelenggaraan piala dunia U-17 yang diselenggarakan di Indonesia pada tanggal 10 November - 2 Desember 2023. Dukungan dari Angkasa Pura 2 terhadap Piala Dunia U-17 merupakan hubungan komunikasi yang terjalin antara kelompok dengan kelompok.

Dalam twitt nya, sayangnya tidak terdapat banyak interaksi yang terjadi, padahal ucapan tersebut seharusnya bisa menarik perhatian warga Indonesia khususnya penggemar sepak bola. Postingan yang diupload pada tanggal 3 November 2023 ini hanya menghasilkan interaksi postingan ulang sebanyak 3 kali dan 4 likes saja, tidak ada komentar apapun yang terjadi didalamnya.



Gambar 4, Dukungan jadwal perjalanan menggunakan pesawat jet

https://x.com/AngkasaPura_2/1714476732638781559?s=20

Sama halnya dengan postingan ini juga terlihat sedikit sekali interaksi yang terjadi. Postingan yang diupload pada tanggal 18 Oktober 2023 hanya menghasilkan 2 likes dan 509 viewers. Dalam postingan tersebut memberikan informasi terkait dukungan penuh penerbangan berjadwal dengan pesawat jet dari Bandara Kertajati yang didukung oleh Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI).

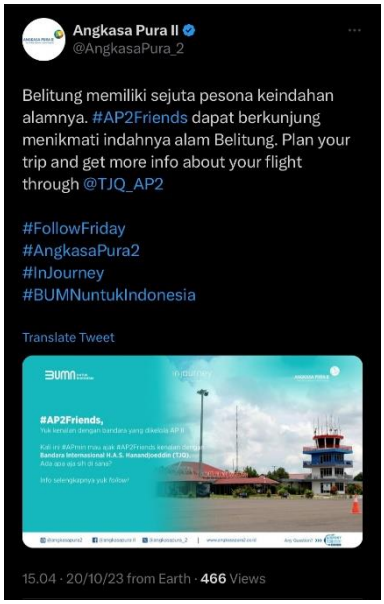


Gamabr 5. Keseruan Aquabike Jetski World Championship

https://twitter.com/AngkasaPura_2/status/1716420148960367009

Postingan yang diupload pada 23 Oktober 2023 ini mendapatkan interaksi yang lengkap meskipun tidak banyak interaksi yang terjadi. Dalam postingan ini terdapat 1 komentar dari akun twitter @injourneyID yang merupakan akun dari pihak yang terkait dengan aquabike world championship. Selain itu juga terdapat 1 postingan ulang, 4 likes dan 615 viewers. komentar yang diberikan karena adanya tagging yang diberikan kepada akun In Journey dari pihak Angkasa Pura 2.

- Hubungan saling mempengaruhi



Gambar 6. Informasi mengenai Belitung

https://twitter.com/angkasapura_2/status/1720360441619292263?s=46

Dalam postingan yang diunggah pada 20 Oktober 2023 memiliki unsur mempengaruhi. Dikatakan dapat mempengaruhi karena PT. Angkasa Pura 2 selain memberikan informasi mengenai Belitung, mereka juga memberikan kalimat yang merujuk para penonton untuk ikut dalam merasakan keindahan Belitung. Dalam postingan tersebut PT. Angkasa Pura 2 memberi himbauan jika ingin berlibur ke Belitung, para penonton bisa mendapatkan informasi lebih lanjutnya dengan cara menekan akun yang di tag oleh PT. Angkasa Pura 2, yang berarti jika para penonton sudah menekan akun tersebut berarti sudah terpengaruh oleh ajakan PT. Angkasa Pura 2.



Gambar 7. Informasi mengenai Belitung

https://twitter.com/angkasapura_2/status/1718139146894729593?s=46

Postingan yang diunggah pada 28 Oktober 2023 memberikan pengaruh pada penonton dengan cara PT. Angkasa Pura 2 memberikan rekomendasi beberapa tempat liburan di Bengkulu yang bisa dinikmati keindahannya. Para penonton postingan tersebut dihimbau jika ingin melakukan liburan kesana bisa menggunakan transportasi udara dengan tujuan ke Bandara Fatmawati Soekarno (BKS). Selain memberi informasi, postingan ini terdapat unsur mempengaruhi dengan memberi ajakan kepada penonton.



Gambar 8. Informasi mengenai pengenalan Bandara Internasional

https://twitter.com/angkasapura_2/status/1720360441619292263?s=46

Pada tanggal 03 November 2023 PT. Angkasa Pura 2 memposting untuk mengajak penonton berkenalan dengan bandara yang dikelola oleh AP II. Salah satu Bandara yang dikenalkan adalah Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Cara mempengaruhi penontonnya adalah dengan cara para penonton jika ingin mengetahui informasi tersebut lebih lanjut disarankan oleh PT. Angkasa Pura 2 untuk mengikuti akun yang ditag nya.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, kami telah menganalisis konten dan interaksi sosial yang terjadi pada akun Twitter PT. Angkasa Pura 2. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami jenis- jenis posting yang dibagikan, topik-topik yang dibahas, dan sejauh mana konten tersebut mendukung tujuan komunikasi perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa temuan penting dapat diidentifikasi:

1. **Rendahnya Tingkat Interaksi:** Ditemukan bahwa akun Twitter PT. Angkasa Pura 2 mengalami tingkat interaksi yang relatif rendah. Ini mencakup jumlah retweet, like, dan komentar yang cukup terbatas pada posting perusahaan. Hal ini

menunjukkan adanya potensi untuk perbaikan dalam upaya meningkatkan keterlibatan pengguna.

2. **Konten yang Berkualitas:** Sebagian besar posting PT. Angkasa Pura 2 berisi informasi berkualitas dan relevan terkait operasi dan layanan bandara. Ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan informasi bermanfaat kepada masyarakat dan pelanggan.
3. **Keterkaitan dengan Tujuan Komunikasi:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konten di akun Twitter perusahaan mendukung tujuan komunikasi PT. Angkasa Pura 2. Ini termasuk menyebarkan informasi terkini tentang status penerbangan, fasilitas bandara, dan berita seputar industri penerbangan.

Dalam konteks ini, kami menyimpulkan bahwa PT. Angkasa Pura 2 memiliki potensi untuk memaksimalkan manfaat dari akun Twitternya dengan meningkatkan tingkat interaksi dan keterlibatan pengguna. Upaya untuk mengundang partisipasi aktif dari pengikut Twitter dan mendorong interaksi yang lebih besar bisa menjadi strategi yang efektif. Selain itu, mempertahankan komitmen perusahaan dalam menyediakan konten berkualitas yang relevan dengan layanan bandara dan kebutuhan pelanggan sangat penting dalam memelihara citra positif perusahaan.

Penelitian ini adalah langkah awal dalam memahami bagaimana akun Twitter PT. Angkasa Pura 2 dapat lebih efektif digunakan sebagai alat komunikasi dengan masyarakat. Diharapkan bahwa temuan dan rekomendasi dari penelitian ini dapat menjadi panduan berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan kehadiran online mereka dan memenuhi ekspektasi pengikut media sosial mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Budiarsa, Y. T. (2022). Penyebarluasan Pesan Toleransi: Analisis Isi Konten Instagram #Meyakinimenghargai. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, *2*(2), 97–110. https://doi.org/10.24167/jkm.v2i2.4590

Dwi Winarko, H. (2020). Analisis Isi Media Sosial Instagram @Kpukotasurabaya Sebagai Sarana Komunikasi Publik Dalam Pilwali Kota Surabaya Tahun 2020. *Jurnal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*.

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, *21*(1), 33–54. https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075

Fahmi. (n.d.). *Pengertian Twitter, Sejarah, Fitur, Manfaatnya*.

Herman, S., Studi, P., Mesin, T., Mesin, J. T., Teknik, F., Sriwijaya, U., Saputra, R. A., IRLANE MAIA DE OLIVEIRA, Rahmat, A. Y., Syahbanu, I., Rudiyansyah, R., Sri Aprilia and Nasrul Arahman, Aprilia, S., Rosnelly, C. M., Ramadhani, S., Novarina, L., Arahman, N., Aprilia, S., Maimun, T., … Jihannisa, R. (2019). No **主観的健康感を中心とした在宅高齢者における　健康関連指標に関する共分散構造分析**Title. *Jurusan Teknik Kimia USU*, *3*(1), 18–23.

Https://penelitianilmiah.com/author/penelitianilmiah-com/. (n.d.). *Pengertian Definisi Konseptual, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya*.

Jovita, N., Lesmana, F., & Tjahyana, L. J. (2022). Analisis Isi Tweet Enhypen (@Enhypen) Dalam Melakukan Social Media Branding Untuk Berkomunikasi Dengan Fans. *E-Komunikasi*, *10*(2).

Krisdiani, A. F., Sufyan, D. L., Ilmi, I. M. B., & Syah, M. N. H. (2020). Pengaruh Edukasi Melalui Twitter Thread Terhadap Pengetahuan Gizi Seimbang Remaja di SMP Harjamukti Depok. *Ikesma*, *16*(2), 95. https://doi.org/10.19184/ikesma.v16i2.18804

KUMAIDI. (2021). *PENGARUH TINGKAT SOSIAL DAN EKONOMI ORANG TUA TERHADAP MOTIVASI DAN HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN AL-QUR'AN HADITS DI MTs MIFTAHUL HUDA III LAU DAWE KUDUS TAHUN AJARAN 2020/2021*. 1–23.

Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, *5*(2), 173–186. https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17560

Penelitian Deskriptif, Tujuan Hingga Contohnya. (n.d.).

Rafiq, A. (2015). *327205602*. 18–29.

Ramadhan, A. (n.d.). *Pengertian dan Macam-macam Kerangka Berpikir Penelitian*.

Salmaa. (n.d.). *Penelitian Deskriptif: Pengertian, Kriteria, Metode, dan Contoh*.

Thabroni, G. (n.d.). *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif (Konsep & Contoh)*.