

Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer

<https://rapik.pubmedia.id/index.php/rapik>

Analisis Penyebaran Tweet Tentang Pemulihan Ekonomi di Indonesia pasca Covid-19: Analisis akun @PerekonomianRI

Arya Akbar¹, Rossi Maunofa Widayat*², Cahyadi Kurniawan³

^{1,2,3}Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Mataram

Email:¹ Arya94725@gmail.com ²widayatrossi@gmail.com ³cahyadikurniawan215@gmail.com .

ARTICLE INFO

Send 06/09/2023

Received 18/09/2023

Accepted 23/09/2023

Abstract

The development of information technology in the current era is speedy, so during a pandemic like this, the government uses social media to disseminate information. This article explores how much information on economic recovery in Indonesia has been shared during the COVID-19 pandemic via the Twitter account @Per EkonomianRI. Then, this study uses exploratory qualitative methods with the help of the NVIVO 12 plus application as a tool to analyze the dissemination of information on economic recovery on Twitter. The study found that the Twitter social media account @PerekonomianRI has massively disseminated information about Indonesia's economic recovery. Various hashtags have contributed to increasing the dissemination of information on economic recovery, and the presence of other Twitter social media accounts mentions tweets related to economic recovery. The use of social media is essential in the current era. In this research, it can be concluded that in the dissemination of tweets by the Coordinating Ministry for the Economy of the Republic of Indonesia through its social media accounts regarding economic recovery in Indonesia in 2020, the Coordinating Ministry for Economic Affairs of the Republic of Indonesia has high enthusiasm in disseminating information through his Twitter social media account, @PreconomianRI regarding economic recovery in Indonesia with a percentage of 44.50%, this indicates that the Ministry of Coordinating Ministry for Economic Affairs of the Republic of Indonesia in 2020 at the start of Covid-19 was very focused so that the national economy would not decline so that he spread a lot of information about economic recovery with the hashtag the most that is broadcast on the social media channel Twitter is #for the economy of Indonesia. The Coordinating Ministry for Economic Affairs of the Republic of Indonesia also cooperates with several existing ministries and the media in Indonesia.

Keywords: Information Dissemination, Economic Recovery, Twitter, Indonesian Economy.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi pada era sekarang sangatlah pesat sehingga dikala Pandemi seperti ini pemerintah memanfaatkan media sosial dalam penyebaran informasi. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana penyebaran informasi pemulihan perekonomian di Indonesia selama pandemi Covid-19 melalui akun twitter @PerekonomianRI. Kemudian, penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif dengan bantuan aplikasi NVIVO 12 plus sebagai alat untuk menganalisa penyebaran informasi pemulihan perekonomian di Twitter. Hasil penelitian menemukan bahwa akun media sosial Twitter @PerekonomianRI telah menyebarluaskan informasi secara massif tentang pemulihan ekonomi Indonesia. Beragam tagar turut andil dalam

meningkatkan penyebaran informasi pemulihan ekonomi serta adanya akun media sosial Twitter lainnya yang *mention* tweet terkait pemulihan ekonomi. Penggunaan media sosial sangat penting di era sekarang dalam penelitian ini dapat di tarik kesimpulan bahwa dalam penyebaran tweet oleh Kemenko RI melalui akun media sosialnya mengenai pemulihan ekonomi di Indonesia, pada tahun 2020 Kemenko Perekonomian RI memiliki antusias yang tinggi dalam penyebaran informasi melalui akun media sosial twitternya, @PrekonomianRI tentang pemulihan ekonomi di Indonesia dengan persentasi 44,50% hal ini menandakan kementerian Kemenko Perekonomian RI pada tahun 2020 pada awal Covid-19 sangat fokus agar perekonomian nasional tidak menurun sehingga banya melakukan penyebaran informasi tentang pemulihan ekonomi dengan tagar paling banyak yang disiarkan pada kanal media sosial twitter yakni #untukekonomiindonesia. Kementerian Koordinator Perekonomian RI juga mejalalin kerjasama dengan beberapa kementerian yang ada, dan juga media-media yang ada di Indonesia

Kata kunci: *Penyebaran Informasi, Pemulihan Ekonomi, Twitter, PerekonomianRI.*

*Penulis Korespondensi

E-mail : widayatrossi@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebagai negara ekonomi terbesar di Asia Tenggara (Kartikasari, 2015) selaku salah satu negara berkembang penghasilan menengah ke bawah. Indonesia sudah sukses memangkas tingkatan kemiskinan dari 18% pada tahun 1999 menjadi 9,4% pada tahun 2019 selaku negara terpadat ke empat di dunia, perkembangan ekonomi Indonesia hanya bertambah sebesar 0,3% dari tahun 2015 sampai 2019. Pada awal 2020, pemerintah Indonesia masih optimis dengan perkembangan ekonomi yang menggapai di atas 5% sedangkan negara-negara lain ekonomi runtuh sebab perang dagang serta geopolitik-geopolitik. Sedangkan Indonesia berkembang ekonomi menjadi 5% pada 2019, perkembangan ekonomi global Cuma 3,2% serta diprediksi hendak berkembang ke 3,5 % pada tahun 2023 (Sumarno et al., 2020).

Kala pandemi Covid-19 menghantam ekonomi serta kesehatan negara-negara di segala penjuru dunia, yang pertama tugasnya ialah menanggulangi virus, menghindari keruntuhan ekonomi, serta melindungi pekerjaan serta mata pencarian (Baharuddin & Sulfati, 2020). Tugas pemerintah saat ini adalah memulihkan ekonomi bila itu bisa dipertahankan dengan kokoh serta non - inflasi maka harus didorong oleh investasi swasta. Di sebagian besar negara investasi berasal dari sektor swasta, namun ini sudah menyusut secara substansial (Marlinah. Lilih, 2021).

Karena sudah lebih dari dua tahun sejak Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) pertama kali diumumkan sebagai wabah di Indonesia, (Kurniawan et al., 2022). Karena keharusan untuk mematuhi peraturan kesehatan, pola kerja dan aktivitas sehari-hari telah diubah (Bendriyanti & Dewi, 2020) Direktorat Jendral Kekayaan Negara Kanwil Jakarta mengikuti jejak sejumlah organisasi pemerintah lainnya yang menerapkan pola kerja WFH (Work From Home) bagi pegawainya. Sebagian besar kontak dilakukan melalui penggunaan teknologi informasi, yaitu internet. Jumlah waktu yang dihabiskan orang di platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan WhatsApp telah meningkat sebesar empat puluh persen. Hal ini disebabkan banyaknya individu yang mengandalkan media sosial sebagai sarana komunikasi utama selama masa karantina wilayah (Bendriyanti & Dewi, 2020).

Pesatnya kemajuan teknologi informasi pada periode saat ini memberikan bantuan yang cukup besar kepada banyak departemen dan lembaga yang membentuk negara modern. Ketersediaan internet menjadikan jarak fisik dan

perjalanan waktu menjadi tidak relevan (Kurniawan et al., 2023). Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, keterbukaan dan ketepatan waktu merupakan syarat yang sangat penting, dan akuntabilitas kinerja tidak boleh diabaikan. Akses internet tidak hanya memungkinkan lembaga pemerintah melayani masyarakat dengan lebih efisien dan efektif, namun juga mendorong masyarakat untuk berperan lebih aktif dalam mengawasi penyelenggaraan pelayanan public, guna memberikan kemudahan akses terhadap informasi mengenai Covid-19 yang tersebar luas di berbagai platform media sosial seperti Twitter dan Instagram. Bahkan upaya yang mendorong staf medis untuk tetap di rumah dan menggunakan tagar seperti #stayathome, #dirumahaja, #stayhealty, #staysafe, #workfromhome, #socialdistancing, #lockdown, dan #thankyouhour semakin populer, bahkan melampaui media penyiaran. Kampanye ini tidak hanya terjadi di Indonesia; ini terjadi di seluruh dunia. Informasi mengenai jumlah korban atau kasus virus corona diperbarui secara metodis di platform media sosial setiap hari. Faktanya, beberapa laporan tentang kesulitan yang dihadapi oleh mereka yang berada di “garis depan” atau tim medis yang membantu pertempuran melawan Covid-19 telah dipublikasikan di media sosial (Widayat et al., 2023).

Di tengah epidemi, Twitter menjadi tempat di mana banyak orang memposting komentar sosial yang dikemas dengan cara yang lucu. Selain itu, pesan dari bintang K-Pop yang menyapa penggemarnya dalam bahasa Indonesia juga dapat ditemukan di Twitter. Twitter akan terus menjadi tempat di mana percakapan menarik terjadi secara real-time karena beragamnya subjek yang dibahas di platform ini (Sumarno et al., 2020). Sejumlah besar orang menyebarkan informasi tentang kesehatan, mendorong orang lain untuk membatasi pergerakan mereka dan tetap berada di rumah, dan mengajari mereka tentang #COVID (Junawan & Laugu, 2020).

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyebaran Informasi

Media sosial mengacu pada sekelompok aplikasi online berbasis teknologi web 2.0 yang menyediakan layanan interaktif kepada masyarakat dan komunitas, memungkinkan mereka berkomunikasi satu sama lain, memperdebatkan topik yang diminati, menghasilkan materi baru, dan membuat perubahan pada informasi yang ada (Khairil, 2018). Setelah itu, banyak yang mulai percaya bahwa media sosial adalah teknologi yang dapat membawa potensi luar biasa bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Keyakinan ini masih bertahan hingga saat ini. Perusahaan menciptakan berbagai teknik untuk mengintegrasikan media sosial ke dalam operasi perusahaan mereka untuk mendapatkan nilai maksimal dari kemungkinan yang ditawarkan oleh media sosial (Assegaff, 2017).

Kini media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan acara dan bahkan menghasilkan uang, media sosial telah berkembang melampaui tujuan awalnya yaitu menyediakan platform bagi individu untuk berinteraksi satu sama lain guna membentuk hubungan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi media yang tidak hanya digunakan untuk komunikasi antarpribadi, bahkan seseorang pun dapat memanfaatkan platform media sosial yang kini paling populer di kalangan masyarakat untuk membantu pelaku bisnis dalam mempromosikan barang dan jasanya dengan manfaat yang luar biasa (Suluh et al., 2022).

Pemerintah Dan Media Sosial

Perlu dipahami bahwa komunikasi yang efektif, pihak pemerintah melibatkan dialog yang bersifat timbal balik dan adil. Lebih dari itu, inti dari *e-Governance* adalah hubungan timbal balik antara pemerintah (penguasa negara) dan masyarakat atau warga negara. Oleh karena itu, keberhasilan *e-Governance* dalam konteks ini diukur dari hubungan timbal balik yang saling memperkuat atau saling meningkatkan antara kedua pemerintahan (Pribadi & Iqbal, 2022). Sebab, penyelenggara negara diharapkan dapat memberikan pelayanan yang optimal dan adil karena komunikasinya yang lebih baik dengan masyarakat. Penerapan *e-governance* harus menghasilkan peningkatan jumlah saluran yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan pendapat mengenai tingkat layanan yang diterima (Abuta et al., 2021).

Penggunaan platform media sosial dengan cepat muncul sebagai saluran utama untuk penyebaran informasi, menjalin hubungan dengan masyarakat umum, dan memberikan akses terhadap layanan pemerintah. Ada sejumlah saluran YouTube yang dikelola oleh pemerintah federal Amerika Serikat. Saluran ini digunakan untuk mendistribusikan film yang mendokumentasikan tindakan Kongres, Presiden, dan lembaga federal lainnya (Hagen et al., 2020). Banyak organisasi yang memiliki profil di Facebook dan situs jejaring sosial lainnya, dan mereka menyebarkan informasi penting melalui platform blogging dan mikroblog seperti Twitter. Alkatiri Bin Muhammad Awad et al., (2020), selanjutnya mengingat media sosial selaku model baru untuk memenuhi layanan *e-government* yang lebih cocok dengan bermacam perlengkapan media sosial kedudukan layanan *e-government* dalam mengadopsi media sosial dipemerintahan kurang mempelajari dan sedikit yang diketahui di media sosial (Gao & Lee, 2017).

METODE PENELITIAN

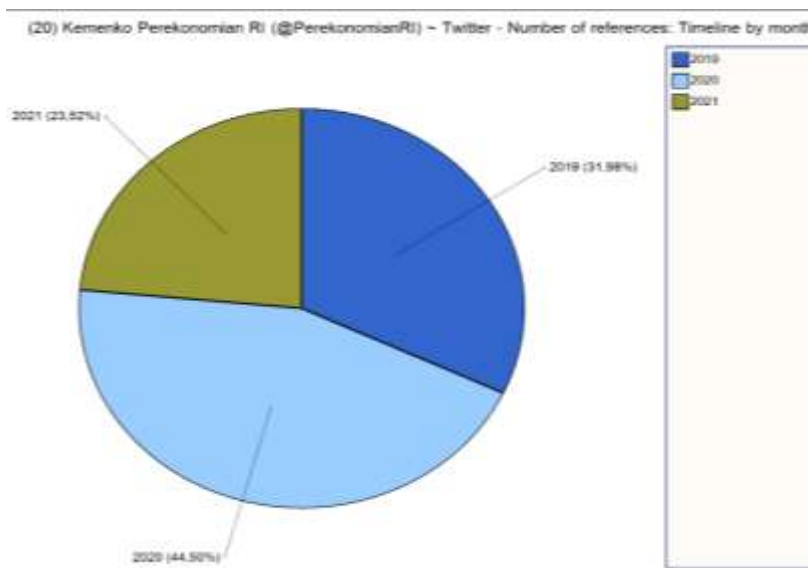
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif eksplorasi. Gumilang, (2016) Menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan multi metode yang mempunyai fokus, yang diatur oleh permasalahan yang sedang diteliti. Setelah itu, tujuan penelitian dengan perspektif eksploratif adalah untuk mengumpulkan pengetahuan yang berkaitan dengan subjek yang diselidiki (Rukajat, 2018). Sehingga, penelitian deskriptif yang berorientasi eksploratif, sebagai desain yang dipakai dalam suatu penelitian awal (Rahmat, 2021).

Kemudian penelitian menggunakan media sosial sebagai alat pengumpulan data, yang mana media sosial yang digunakan ialah @PrekonomianRI sebagai media sosial milik Kemenko Prekonomian RI selanjutnya, alat Analisa data dalam penelitian ini adalah aplikasi Nvivo 12 plus. Menurut Bengt Edhlund (2019) merupakan alat untuk menganalisis, karena dapat menghitung secara statistic sehingga dapat memvisualisasi temuan penelitian.

HASIL DAN DISKUSI

Penggunaan sosial media sebagai ruang untuk menyebarkan informasi tentang pemulihan ekonomi di Indonesia menjadi sesuatu yang esensial bagi pemerintah saat kondisi seperti ini, terutama kondisi covid-19 semakin mewabah. Menyebarkan informasi melalui media sosial menjadi alternatif dalam penyebaran informasi tentang pemulihan ekonomi di Indonesia termasuk apa yang di lakukan Kementrian Prekonomian RI pada saat ini

Melalui akun sosial media twitter miliknya, sangat banyat di temukan informasi tentang pemulihan pariwisata. Kementerian Prekonomian RI sangat memperjuangkan agar ekonomi nasional pulih Kembali. Maka artikel ini berupaya untuk mendalami bagaimana penyebaran informasi tentang pemulihan ekonomi di Indonesia.



Gambar 2. Distribusi Tweet akun @PerekonomianRI
Sumber: Data Primer diolah Menggunakan Nvivo 12 plus

Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa Kemenko Perekonomian RI memiliki antusias yang tinggi dalam penyebaran Informasi melalui akun media sosial twitternya. Hal ini terlihat dari persentasi tweet yang dihasilkan melalui media sosial twitter, terutama penyebaran informasi tentang pemulihan ekonomi pada masa covid yang pada tahun 2020 persentasi sebesar 44,50% yang lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2019 dengan persentasi 31,98 sedangkan pada tahun 2021 dengan jumlah persentasi 23,52%. Hal ini menandakan kementerian perekonomian pada tahun 2020 pada awal Covid-19 sangat fokus agar perekonomian nasional tidak menurun sehingga banyak menyebar informasi tentang ekonomi akan tetapi dapat terlihat bahwa perekonomian pada tahun tersebut perlahan merosot turun sehingga pada tahun 2021 kembali lagi menyebar luaskan informasi mengenai pemulihan ekonomi nasional.

Tabel 1. Hastag paling banyak diakun twitter @Kemenko Perekonomian RI

No.	Hashtag	Total of References	Percentages
1.	#Untukekonomiindonesia	1.819	33,79%
2.	#beritaekonom	701	13,02%
3.	#produktifamancovid19	109	2,02%
4.	#Indonesiamaju	105	1,95%
5.	#kilasekonom	220	4,09%

6.	#ekonomimajuindonesiaunggul	26	0,48%
7.	#bangkituntukindonesiamaju	10	0,19%
8.	#covid19	17	0,32%
9.	#siapdarisekarang	24	0,45%
10.	#dirumahaja	13	0,24%

Sumber : Data rimer diolah Menggunakan Nvivo 12 plus

Berdasarkan table 1 di atas menunjukkan berbagai hastag yang disiarkan di kanal sosial media twitter @PerekonomianRI. Berdasarkan 10 hashtage ada 5 hashtag yaitu #Untukekonomiindonesia berada diurutan pertama dengan total hashtag 1819, kemudian #beritaekonom berada diurutan kedua dengan jumlah hashtag 701, selanjutnya #kilasekonom berada diposisi ketiga dengan 220 hashtag, berikutnya, #produktifamancovid19 berada diposisi keempat dengan 109 hashtag, dan yang berikut #Indonesiamaju 105 hashtag, kemudian yang berada diposisi kesepuluh #dirumahaja dengan jumlah hashtag 13. Hal ini mengidentifikasi bahwa twitter @PerekonomianRI semakin tegas dalam menyebarkan informasi terkait dengan kondisi ekonomi di tengah pandemic covid-19. Hal itu juga dinilai sangat antusia melakukan penyebaran informasi terkait dengan pemulihan ekonomi di Indonesia. Analisa selanjut terkait dengan penyebaran kata yang disiarkan disetiap tweet yang dibuat diakun media Twitter @Kementerian Koordinator Perekonomian RI juga menjadi konsentrasi untuk memutuskan pengulangan kata-kata yang di alihkan melalui media online Twitter. Sangat mungkin terlihat bahwa pengulangan tweet yang dihasilkan adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Frekuensi Kata Yang Dihasilkan @PerekonomianRI Selama Covid Mewabah

Sumber : Word Frequency diolah Menggunakan Nvivo 12 plus

Dapat dilihat pada gambar 3 di atas bahwa postingan akun twitter @Kenko Perekonomian RI pada saat wabah covid-19 mewabah kemenko perekonomian ri berusaha menyebarkan informasi dengan berbagai kata “ekonomi” dengan nilai persentase 1,41%selanjutnya kata “indonesia nilai persentasenya adalah 1,18% kata “covid” dengan bobot nilai 0,55%, ke empat kata tersebut memiliki tingkat ketenaran yang tidak dapat disangkal disetiap tweet yang dibuat selama wabah Coronavirus yang diidentifikasi dengan penyebaran data pemulihan

Tabel 2. Hubungan Kerjasama Kementrian Prekonomian RI Dalam Menyebarluaskan Informasi Pemulihan Ekonomi Di Indonesia

Kementrian yang bekerja sama dalam menyebarkan informasi pemulihan ekonomi	Media yang bekerjasama dalam menyebarkan informasi pemulihan ekonomi
PolhukamRI	Media Indonesia
KemnakerRI	CNN Indonesia
Kemensos	FM891D_
KementriansetnegRI	-
Kemenkopukm	-
KemenkeuRI	-

Sumber: Username cluster Nvivo 12 plus

Tabel 2. Menunjukkan hubungan Kerjasama kementrian prekonomian RI dalam menyebarluaskan informasi terkait dengan pemulihan ekonomi di Indonesia ini adalah bentuk ketegasan pemerintah Indonesia dalam pemulihan ekonomi, di samping itu juga media ikut berperan aktif untuk menyebarluaskan informasi sehingga kedepannya perekonomian nasional dapat pulih Kembali. Harapannya dalam melakukan Kerjasama ini dapat membuka trobosan baru oleh pemerintah untuk prekonomian Indonesia. Bentuk kerjasama yang dilakukan polhukamRI, KemnakerRI, Kemensos, KemenkopUKM, serta kemenkeuRI menyebarkan tweet tentang bagaimana pemuliahan ekonomi di Indonesia di samping itu media Indonesia, CNN Indonesia, FM891D turut aktif menyebarkan informasi tentang pemulihan ekonomi di Indonesia Pasca Covid-19.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial sangat penting di era sekarang dalam penelitian ini dapat di tarik kesimpulan bahwa dalam penyebaran tweet oleh Kemenko RI melalui akun media sosialnya mengenai pemulihan ekonomi di Indonesia, pada tahun 2020 Kemenko Prekonomian RI memiliki antusias yang tinggi dalam penyebaran informasi melalui akun media sosial twitternya, @PrekonomianRI tentang pemulihan ekonomi di Indonesia dengan persentasi 44,50% hal ini menandakan kementrian Kemenko Prekonomian RI pada tahun 2020 pada awal Covid-19 sangat fokus agar prekonomian nasional tidak menurun sehingga banya melakukan penyebaran informasi tentang pemulihan ekonomi dengan hashtag paling banyak ang di siarkan pada kanal media sosial twitter yakni #untukekonomiindonesia. Kementrian Kordinator Perekonomian RI juga mejalain Kerjasama dengan beberapa kementrian yang ada, dan juga media-media yang ada di Indonesia.

REFERENSI

- Abuta, C. M. A., Agumagu, A. C., & Adesope, O. M. (2021). Social Media Used by Arable Crop Farmers for Communicating Climate Change Adaptation Strategies in Imo State, Nigeria <https://dx.doi.org/10.4314/jae.v25i1.8>. *Journal of Agricultural Extension*, 25(1), 73–82. <https://doi.org/10.4314/jae.v25i1.8>
- Alkatiri Bin Muhammad Awad, Nadiah Zhafira, & S. Nasution Nada Adinda. (2020). Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 19–26. www.covid19.go.id
- Assegaff, S. (2017). Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Knowledge Sharing. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 271–293. <https://doi.org/10.12695/jmt.2017.16.3.4>
- Baharuddin, S. M., & Sulfati, A. (2020). *Ekonomi di Pusaran Badai Covid-19*.
- Bendriyanti, R. P., & Dewi, C. (2020). Membangun Leadership yang Kokoh di Masa Work from Home Pandemi Covid 19. *Prosiding Seminar Nasional Hardiknas*, 33–36. <http://proceedings.ideaspublishing.co.id/index.php/hardiknas/article/view/5>
- Bimbingan, B., & Konseling, D. A. N. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2). <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>
- Brandtner, P., Darbanian, F., Falatouri, T., & Udokwu, C. (2021). Impact of COVID-19 on the customer end of retail supply chains: A big data analysis of consumer satisfaction. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13031464>
- Ehdlund, B. (2019). *NVivo 12 Essentials*. Lulu.com.
- Gao, X., & Lee, J. (2017). E-government services and social media adoption: Experience of small local governments in Nebraska state. *Government Information Quarterly*, 34(4), 627–634. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.09.005>
- Hagen, L., Neely, S., Scharf, R., & Keller, T. E. (2020). Social Media Use for Crisis and Emergency Risk Communications during the Zika Health Crisis. *Digital Government: Research and Practice*, 1(2), 2066084. <https://doi.org/10.1145/3372021>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kartikasari, A. Y. (2015). Kerangka Masyarakat Ekonomi ASEAN. *IREC Indonesia, September*, 1–7. https://kemlu.go.id/portal/id/read/113/halaman_list_lainnya/masyarakat-ekonomi-asean-mea

- Khairil, M. (2018). Analisis Pemanfaatan New Media Melalui Jaringan Media Sosial. *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1293>
- Kurniawan, C., Pratama, I., Purnawingsih, T., Artificial, U. P.-I. J. of, & 2022, U. (2022). Measuring Smart City Implementation to Improve the Quality of Public Services in Jambi City. *Ijair.Id*, 0(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.405>
- Kurniawan, C., Purnomo, E. P., Fathani, A. T., & Fadhlurrohman, M. I. (2023). Sustainable tourism development strategy in West Nusa Tenggara province, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1129(1), 012022. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1129/1/012022>
- Kurniawan, C., & Suswanta, S. (2022). Implementation of Artificial Intelligence by the Government of West Nusa Tenggara (NTB) in Disaster Management. *International Conference on Public Organization (ICONPO 2021)*, 209(Iconpo 2021), 39–44.
- Marlinah. Lilih. (2021). Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 2 Bulan Juli 2021. *Memnfaatkan Insentif Pajak UMKM Dalam Upaya Mendorong Pemuliahan Ekonomi Nasional*, 4(98), 73–78.
- PRATIWI, M. I. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm. *Jurnal Ners*, 4(2), 30–39. <https://doi.org/10.31004/jn.v4i2.1023>
- Pribadi, U., & Iqbal, M. (2022). Electronic Government in Social Sciences: A Literature Review. *Social Science Asia*, 8(3), 85–102.
- Puspitasari Gobel, Y. (2020). Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Mengkombinasikan Model Filantropi Islam Dan Ndeas Model. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 209–223. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5809](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5809)
- Rahmat, A. F. (2021). Dakwah Digital: Eksplorasi Gerakan Filantropi Muhamadiyah Selama Covid-19 Di Media Sosial Twitter '@muhamadiyah.' *ETTISAL: Journal of Communication*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.5027>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Stern, N., & Zenghelis, D. (2021). Fiscal Responsibility in Advanced Economies Through Investment for Economic Recovery from the COVID-19 Pandemic. *Grantham Research Institute on Climate Change and the Enviroment, March*, 1–26. https://www.lse.ac.uk/granthaminstitute/publication/fiscal-responsibility-in-advanced-economies-through-investment-for-economic-recovery-from-the-covid-19-pandemic/?mc_cid=1cf3b10033&mc_eid=e60dd59e37
- Suluh, D., Dewi, K., Yulianti, D. B., & Yusdiawan, I. A. (2022). An Analysis of Barriers to E-government. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1), 95–106. <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.336>

- Sumarno, T. B., Bachtiar, A., & Jati, A. N. (2020). Accelerating the Economic Recovery in Indonesia Post Covid-19: Justice in the Energy Transition. *Global Energy Law and Sustainability*, 1(2), 140–148. <https://doi.org/10.3366/gels.2020.0018>
- Venkatachary, S. K., Prasad, J., Samikannu, R., Baptist, L. J., Alagappan, A., & Ravi, R. (2020). Covid-19 -an Insight Into Various Impacts on Health, Society and Economy. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(4), 39–46. <https://doi.org/10.32479/ijefi.9925>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 6. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Widayat, R. M., Aji, J. S., & Kurniawan, C. (2023). A Systematic Review of Social Media and Government in the Social Science Discipline. *Journal of Contemporary Governance and Public Policy*, 4(1), 59–74. <https://doi.org/10.46507/jcgpp.v4i1.100>