

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana DKISP Kaltara memanfaatkan media sosial khususnya Instagram pada proses penyebarluasan informasi publik. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam kepada 4 narasumber. Narasumber pertama merupakan Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, kedua merupakan Kepala Seksi Informasi Publik, ketiga adalah Analis Informasi dan Data, dan yang terakhir adalah seorang staf Pengelola Media Sosial.

Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram oleh DKISP Kaltara merupakan bagian dari komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah untuk menyebarkan pesan atau informasi kepada publik. Melalui Instagram sebagai ruang publik *online*, DKISP Kaltara menjalankan tugas dan fungsinya mengkomunikasikan informasi, program, serta kebijakan milik pemerintah kepada publik. Namun jika melihat tujuan dari komunikasi publik, DKISP Kaltara masih belum sepenuhnya memberikan informasi, khususnya mengenai informasi yang dapat menghibur

publik. Menurut peneliti konten yang berisi informasi yang dapat menghibur pengikut @diskominfokaltara dapat membantu meningkatkan keterlibatan pengikut serta menarik minat masyarakat terhadap akun media sosial Instagram milik DKISP Kaltara tersebut. Selanjutnya, peneliti juga menemukan bahwa DKISP Kaltara telah melayani publik melalui ruang publik *online*, melibatkan masyarakat pada setiap kegiatan dan program milik pemerintah, menyebarkan informasi yang berlandaskan fakta dan data terbaru milik pemerintah, menyebarkan informasi secara netral tanpa adanya sikap ofensif ataupun defensif kepada publik, serta tidak lupa pula untuk melakukan aktivitas edukasi dengan memberikan informasi baik informasi wawasan umum maupun terkait dengan program dan kebijakan pemerintah pada Instagram @diskominfokaltara.

Pada penelitian ini juga peneliti menemukan fakta bahwa media sosial milik DKISP Kaltara memberikan akses penuh kepada masyarakat untuk memanfaatkan seluruh informasi yang disebarluaskan oleh @diskominfokaltara. DKISP Kaltara juga melalui @diskominfokaltara membangun interaksi dengan pengikutnya dengan memanfaatkan seluruh fitur Instagram. @diskominfokaltara juga memanfaatkan fitur *link* atau tautan sebagai upaya untuk menyediakan informasi silang yang berasal dari berbagai sumber resmi lainnya. Namun, peneliti juga menemukan bahwa DKISP Kaltara belum mampu untuk membentuk komunitas bersama dengan pengikutnya. Hal tersebut dapat di maklumi mengingat rendahnya tingkat

partisipasi masyarakat dalam merespon informasi yang tersedia pada Instagram @diskominfokaltara. Menurut peneliti, @diskominfokaltara perlu melakukan promosi dengan menggunakan fitur Instagram Ads. Selain itu, tidak lupa juga untuk memanfaatkan tren konten media sosial yang sedang digandrungi oleh masyarakat. Tren tersebut dapat berupa fitur-fitur baru yang tersedia ataupun topik atau isu yang sedang hangat ditengah masyarakat bisa dimanfaatkan untuk menarik perhatian pengikut untuk memberikan tanggapan. Selain itu, @diskominfokaltara juga bisa melakukan riset pengguna Instagram terlebih dahulu melalui fitur insight untuk memperoleh data pengikut secara spesifik agar @diskominfokaltara dapat menyusun strategi yang lebih efektif dalam menyebarluaskan informasi publik.

Lalu, peneliti juga menemukan bahwa DKISP Kaltara melalui @diskominfokaltara dalam upaya menyebarluaskan informasi publik dan memudahkan masyarakat memahami informasi tersebut telah memanfaatkan dengan maksimal fitur utama milik Instagram, seperti pada penggunaan *caption* dan *hashtag* yang menjadi aspek penunjang informasi agar mudah diakses dan dipahami oleh publik. Walaupun dalam proses penyebarluasan informasinya, @diskominfokaltara tidak memanfaatkan fitur lokasi. Hal tersebut dikarenakan pemanfaatan fitur tersebut tidak memberikan dampak yang signifikan pada *engagement* akun @diskominfokaltara layaknya pada pemanfaatan fitur *hashtag*.

Terakhir, peneliti juga menemukan bahwa informasi-informasi yang disebarkan atau disediakan oleh @diskominfokaltara telah mencakup informasi yang wajib diumumkan secara berkala, wajib diumumkan secara serta merta, dan wajib tersedia setiap saat. Meskipun untuk beberapa informasi, @diskominfokaltara tidak melakukan produksi konten terhadap informasi tersebut, namun memanfaatkan fitur keterhubungan yang ada pada Instagram untuk memudahkan publik dalam mendapatkan informasi.

B. Saran

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

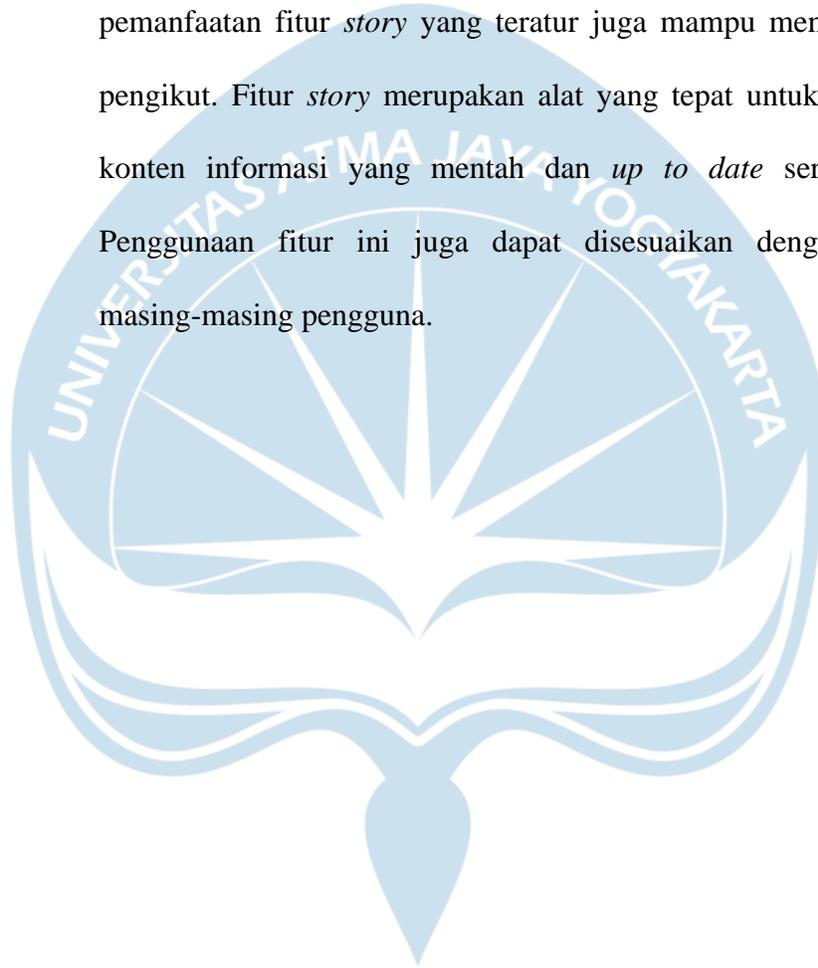
Pada penelitian ini, peneliti mengangkat media sosial Instagram DKISP Kaltara, yakni @diskominfokaltara sebagai objek penelitian. Penelitian ini berusaha untuk melihat sejauh apa pemanfaatan Instagram sebagai ruang publik dalam menyebarkan informasi dan kebijakan serta program pemerintah. Sehingga hasil penelitian masih terlalu umum dan terkesan kurang mendalam. Hal tersebut tentu akan berbeda ketika penelitian ditujukan untuk melihat bagaimana pengelolaan serta manajemen media yang dilakukan oleh DKISP Kaltara terhadap media sosial @diskominfokaltara dalam menyediakan informasi kepada publik. Sehingga, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat berfokus pada

pengelolaan serta manajemen media yang dilakukan oleh DKISP Kaltara untuk menyebarkan dan menyediakan konten berupa informasi melalui media sosial.

2. Bagi DKISP Kaltara

Informasi-informasi yang disebarkan melalui media sosial Instagram @diskominfokaltara merupakan bentuk upaya DKISP Kaltara untuk membentuk ruang publik *online* agar dapat menjangkau publik yang lebih luas lagi serta memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses seluruh informasi mengenai Pemerintah Provinsi Kaltara. Namun, peneliti berpendapat bahwa DKISP Kaltara perlu mengoptimalkan penyebarluasan informasi pada Instagram @diskominfokaltara. Optimalisasi dapat dilakukan dengan membuat konten yang kreatif, inovatif, dan segar sesuai dengan tren atau isu dan topik yang sedang hangat di tengah masyarakat. Pada praktiknya, peneliti melihat bahwa interaksi pengikut terhadap konten-konten yang tersedia pada @diskominfokaltara masih cenderung tanpa pola. Oleh karena itu, peneliti juga ingin menyarankan kepada DKISP Kaltara untuk melakukan riset terhadap khalayak khususnya pengikut Instagram @diskominfokaltara. Hal tersebut guna mengetahui secara spesifik data mengenai pengikut @diskominfokaltara sehingga DKISP Kaltara dapat menyusun strategi dalam menyebarkan informasinya.

Kemudian penting juga bagi @diskominfokaltara untuk menganalisis khalayak pengguna untuk mengetahui cara yang tepat untuk @diskominfokaltara menyebarkan informasi publik. Terakhir, pemanfaatan fitur *story* yang teratur juga mampu menarik perhatian pengikut. Fitur *story* merupakan alat yang tepat untuk menampilkan konten informasi yang mentah dan *up to date* serta transparan. Penggunaan fitur ini juga dapat disesuaikan dengan kreativitas masing-masing pengguna.



Panduan Wawancara (*Interview Guide*)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara. Terkait dengan teknik wawancara, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur yang akan menjadi pedoman bagi peneliti untuk melakukan wawancara mendalam. Dalam panduan wawancara ini, peneliti menggunakan kerangka konsep sebagai acuan dalam membuat pertanyaan bagi narasumber.

TABEL 2
Panduan Wawancara (*Interview Guide*)

No	Variabel	Elemen	Pertanyaan
1	Karakteristik Media Sosial	<ol style="list-style-type: none">1. Partisipasi2. Keterbukaan3. Perbincangan4. Komunitas5. Keterhubungan	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana @diskominfokaltara berinteraksi dengan pengikutnya?2. Apakah @diskominfokaltara memberikan akses sepenuhnya terhadap pengikut untuk memanfaatkan segala informasi yang dibagikan?3. Apakah @diskominfokaltara sering berkomunikasi dengan pengikutnya melalui fitur <i>direct message</i>?4. Sejauh ini, apakah anda mengetahui adanya komunitas yang terbentuk melalui akun @diskominfokaltara?5. Bagaimana @diskominfokaltara

			memanfaatkan fitur-fitur Instagram yang berkaitan dengan unsur keterhubungan?
2	Aspek Utama Instagram (Atmoko, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Judul 2. Hashtag 3. Lokasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah akun Instagram @diskominfokaltara selalu memberikan judul atau caption pada setiap informasi yang disebarkan? 2. Bagaimana pemanfaatan fitur <i>hashtag</i> yang dilakukan oleh @diskominfokaltara? 3. Sejauh ini, apakah pemanfaatan <i>hashtag</i> membantu @diskominfokaltara dalam menjangkau audiens lebih banyak? 4. Sejauh apa @diskominfokaltara memanfaatkan fitur lokasi disetiap unggahannya? 5. Apakah fitur lokasi memiliki pengaruh besar dalam menjangkau publik yang lebih luas?
3	Jenis Informasi Publik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala 2. Informasi yang wajib 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda, apakah akun @diskominfokaltara telah memuat informasi terkait kegiatan dan laporan kinerja badan publik?

		<p>diumumkan secara serta-merta</p> <p>3. Informasi yang wajib tersedia setiap saat.</p>	<p>2. Apakah informasi-informasi tersebut diunggah secara berkala oleh @diskominfokaltara?</p> <p>3. Menurut anda, apakah @diskominfokaltara telah menyebarluaskan informasi penting terkait dengan hajat hidup orang banyak secara serta merta?</p> <p>4. Informasi apa saja yang telah disebar oleh @diskominfokaltara secara serta merta?</p> <p>4. Apakah akun @diskominfokaltara turut menyebarkan informasi umum terkait instansi pemerintah, seperti rencana proyek, laporan keuangan, perjanjian instansi dengan pihak ketiga, hingga prosedur kerja pegawai ke akun @diskominfokaltara?</p> <p>5. Bagaimana tim memanfaatkan fasilitas milik media sosial Instagram dalam menyebarluaskan informasi-informasi tersebut kepada publik?</p>
4	Komunikasi Publik	<p>Tujuan Komunikasi Publik:</p> <p>1. Menginformasikan pesan</p>	<p>1. Bagaimana proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh tim</p>

		<p>kepada khalayak.</p> <p>2. Memberikan hiburan kepada khalayak.</p> <p>3. Melakukan tindakan persuasif</p>	<p>terhadap akun @diskominfokaltara?</p> <p>2. Menurut anda, apakah informasi-informasi yang dibagikan melalui akun @diskominfokaltara juga ada yang mengandung unsur hiburan?</p> <p>3. Jika ya, informasi seperti apa yang mengandung hiburan tersebut?</p> <p>4. Apakah informasi yang disebar oleh @diskominfokaltara memiliki unsur persuasif?</p> <p>5. Bagaimana akun @diskominfokaltara melakukan tindakan persuasif melalui informasi yang disebar?</p>
		<p>Karakteristik Komunikasi Publik:</p> <p>1. Melayani publik dengan informasi terkait kebijakan pemerintah.</p> <p>2. Melibatkan publik dalam program dan kebijakan pemerintah.</p> <p>3. Berbasis fakta, data, dan updating informasi.</p> <p>4. Menjelaskan duduk perkara</p>	<p>1. Bagaimana proses pemanfaatan media sosial Instagram @diskominfokaltara dalam melayani publik dengan informasi yang berkaitan dengan kebijakan dan program yang sudah, sedang, dan akan dilakukan?</p> <p>2. Bagaimana upaya DKISP Kaltara dalam memanfaatkan Instagram @diskominfokaltara untuk meningkatkan keterlibatan</p>

	<p>secara proporsional.</p> <p>5. Melaksanakan edukasi di ruang publik.</p>	<p>publik pada proses perumusan, pelaksanaan, dan pengawasan kebijakan dan program milik pemerintah yang sudah, sedang, dan akan dilakukan?</p> <p>3. Apakah informasi-informasi yang disebarkan oleh @diskominfokaltara sudah berdasarkan data dan fakta?</p> <p>4. Apakah informasi yang disebarkan oleh @diskominfokaltara merupakan informasi yang <i>update</i>?</p> <p>5. Apakah @diskominfokaltara memberitakan informasi secara proporsional tanpa adanya sikap ofensif dan defensif?</p> <p>6. Apakah terdapat informasi yang bersifat edukatif yang disebarkan oleh @diskominfokaltara?</p>
--	---	---

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, I. A., & Nurchotimah, A. S. I. 2022. Peran Komunikasi Pemerintah untuk Mewujudkan *Good Governance* Melalui Pelayanan Publik. COMMUNICATION, Vol 13, no1, 70-85.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2022. Survei Profil Internet Indonesia 2022. Diakses pada 24 Februari 2023 dari (<https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>)
- Aslam, S. 2022. Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. Omnicore. Diakses dari (<https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>)
- Bate'e, Maria Magdalena. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol 2 No 2, 313-324.
- Dunan, A. 2020. Komunikasi Pemerintah di Era Digital: Hubungan Masyarakat dan Demokrasi. Jurnal Pekommas, Vol 5, No 1, 73-82.
- Fadhil, S. 2020. Komunikasi Publik di Tengah Krisis: Tinjauan Komunikasi Pemerintah dalam Tanggap Darurat Pandemi Covid-19. Media, Komunikasi, dan Informasi di Masa Pandemi Covid-19.
- Gustam, R, R. 2015. Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. E-Journal Ilmu Komunikasi, Vol 3 No 2, 224-242.
- Hidayat, M. T. 2020. Budaya Komunikasi Publik Kontemporer (Analisis Strukturisasi Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika). PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi), Vol 6 No 2, 22-58.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. diakses pada 15 Oktober 22 dari (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/77375/inpres-no-9-tahun-2015>)
- Juanda, H. 2017. Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh. Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam, Vol 1, No 1, 1-22.

- Kemp, S. 2022. Digital 2022: Indonesia. Data Reportal. Diakses pada 10 Oktober 2022 dari (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>)
- Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 371/KEP/MKOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Hubungan Masyarakat Pemerintahan. Diakses pada 15 Oktober 2022 dari (<https://www.regulasip.id/book/3807/read>)
- Khoiri, A. F & Palupi, R. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal. *Syntax Idea*, Vol 1 No 6, 16-28.
- Kurnia, N. 2005. Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi. *MediaTor*, Vol 6 No 2, 291-296.
- Novianti, E., dkk. 2020. Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Al-Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol 11, No1, 48-59.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Diakses pada 12 Oktober 2022 dari (<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/132847/permen-pan-rb-no-83-tahun-2012>)
- Priyatna, C. C., dkk. 2020. Optimalisasi Teknologi Informasi Oleh Lembaga Pemerintah dalam Aktivitas Komunikasi Publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 8. No 1, 114-127.
- Purworini, D. 2014. Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo. *KomuniTi*, Vol 6, No 1, 3-14.
- Puspitarini, D. S & Nuraeni, R. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common*, Vol 3 No 1, 71-80.
- Ramadani, T. 2019. Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance*, Vol 15, No 1, 11-27.

- Rengkung, C. I. R., Tampi, G. B., & Londa, V. Y. 2021. Komunikasi Publik Pemerintah Kota Manado dalam Penanganan Covid-19. JAP, Vol 7, No 102, 26-36.
- Rizaty, M. A. 2022. Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia. DataIndonesia.id. Diakses pada 10 Oktober 2022 dari <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Retnowati, E. 2012. Keterbukaan Informasi Publik dan Good Governance (antara Das Sei dan Das Sollen). Perspektif, Vol 17, No 1, 54-61.
- Sidharta, L (1996) Internet Informasi Bebas Hambatan. Elex media Komputindo, Jakarta.
- Silalahi, U. 2004. Komunikasi Pemerintahan: Mengirim dan Menerima Informasi Tugas dan Informasi Publik. Jurnal Administrasi Publik, Vol 3, No 1, 36-54.
- Siregar, N. S. S. 2012. Interaksi Komunikasi Organisasi. Perspektif, Vol 5, No 1, 27-40.
- Siregar, H. 2022. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pancasila. Pancasila: Jurnal Keindonesiaan, Vol 2, No 1, 71-82.
- Social Media (n.d) In Merriam-Webster. Diakses pada 18 Oktober 2022 dari (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>)
- Suryani, I. 2014. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi *Social Media Marketing* Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). Jurnal Komunikasi, Vol 8, No 2, 123-138.
- Talika, F. T. 2016. Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. E-journal "Acta Diurna", Vol 5 No 1.
- Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. diakses pada 15 Oktober 2022 dari (https://eppid.kominfo.go.id/storage/uploads/1_9_2-Undang_Undang_Nomor_14_Tahun_2008.pdf)

Yovinus. 2018. Peran Komunikasi Publik Media Sosial dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik di Kota Bandung. *Jurnal Academia Praja*, Vol 1, No1, 185-211.



TRANSKRIP WAWANCARA

Keterangan:

P: Peneliti

N: Narasumber

Pengirim Informasi

1. Windry Nicholas

Tanggal wawancara: 5 Desember 2022

P : Halo Kak Nico, apa kabar? Lagi santai kan sekarang di kantor? hehehe

N : Halo dek, baik, baik.. aman kok santai, lagi istirahat ini.

P : Okedeh kak, kalau gitu kita mulai aja kali ya wawancaranya supaya keburu jam istirahatnya. Sebelum kita mulai wawancara, gea mau jelasin lagi singkatnya terkait penelitian skripsi ini. Jadi skripsi gea ini judulnya pemanfaatan media sosial instagram @diskominfokaltara dalam penyebarluasan informasi publik, nah karena objek penelitiannya ini akun instagram @diskominfokaltara, maka gea mau wawancara anak-anak IKP yang tugas dan tanggung jawabnya ada di media sosial, termasuk kakak. Dari penelitian ini ada beberapa variabel yang jadi poin utama, yaitu media sosial, instagram, informasi publik, dan komunikasi publik.

N : Oke dek, lanjut..

P : Nah, sebelumnya gea mau tanya nih tentang jabatan kakak sebagai analis data dan informasi, itu tugas dan tanggung jawabnya ngapain aja ya kak?

N : Oke, nah kalau untuk tugas dan tanggung jawabnya sih sebenarnya masih sama seperti dulu, bedanya sekarang itu lebih bisa fokus ke isi informasi dan data-data milik pimpinan dan perangkat daerah. Jadi yang dulunya ikut fokus ke berita, sekarang udah ada pegawai pranata yang mengurus hal itu. Tapi untuk informasi dan data-data dari yang sifatnya umum sampai yang spesifik itu tetap satu pintu urusannya ke kakak. Kayak urusan berita atau informasi ke media rekanan itu masih ke kakak, ke pimpinan dan perangkat daerah juga masih ke kakak urusannya, begitu.

P: Nah, untuk alur atau proses produksi informasi sebelum di sebarluaskan ke publik itu seperti apa kak?

N : Nah dari diskominfo itu alurnya ada beberapa ya, yang pertama itu kita dasarnya dari rencana kerja pimpinan daerah. Nah dari rencana kerja pimpinan daerah itu kemudian baru bisa kita bagi gitu, kira-kira kegiatan mana yang penting untuk di liput. Nah setelah dari situ, produknya biasanya ada tiga, kalau dari kita. Produknya itu ada berita, kedua postingan di media sosial, kemudian postingan video, gitu. Selanjutnya ada juga kalau tidak berdasarkan dari RK tadi, biasanya kita menerima surat permintaan peliputan dari perangkat daerah. Seringnya perangkat daerah itu kalau bikin program dan butuh peliputan, kita dari diskominfo yang meliput, gitu. Selebihnya produk yang dihasilkan juga kurang lebih dengan yang tadi.

P : Selanjutnya terkait dengan penggunaan media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi, tim IKP sendiri memanfaatkan fitur-fitur instagram yang mana aja ya kak?

N : Sampai sekarang itu yang dimanfaatkan pasti *feed* instagram ya, lalu ada *reels*, dan *story* nya itu. Hampir semua fiturnya sih kepaake, kalau di instagram ya.

P : Lalu untuk jurnalis tim IKP sendiri, dalam mengemas informasi atau berita itu apa saja yang perlu di perhatikan?

N : Yang utama sih pasti framing beritanya seperti apa kan. Kalau kita di pemerintahan ini kan harapannya framingnya pemprov itu tidak hanya soal seremoni, jadi dalam pembuatan berita itu lebih kearah sosialisasi kebijakannya atau kearah respon terhadap permasalahan yang terjadi, kurang lebih seperti itu sih yang selalu kita tekankan ke teman-teman jurnalis.

P : Oke.. Dalam akun media sosial @diskominfokaltara itu sendiri apakah sudah melakukan interaksi dengan pengikutnya?

N : Kalau interaksi ya, sudah. Baik melalui kolom komen ataupun direct messagenya. Biasanya interaksi yang terjadi ya paling balasan komen-komen followers, like, atau biasanya kan orang-orang sering punya pertanyaan terkait pengumuman tertentu, nah itu lebih seringnya interaksi melalui *direct message* sih. selagi pertanyaan atau komennya masih relevan pasti kita jawab lah.

P : Lalu, bagaimana partisipasi yang diberikan oleh followers di akun @diskominfokaltara?

N : Kalau untuk partisipasi *followers* ya sekedar *like* postingan, atau share postingan kita di akun medsos mereka masing-masing. Lebih dari itu sih belum ada ya. Apalagi akunnya @diskominfokaltara baru dialihfungsikan

kembali sebagai sarana utama penyebaran informasi dari pemerintah, jadi untuk saat ini yang masih kami kerjakan adalah meningkatkan *awareness* masyarakat Kaltara akan keberadaan akun media sosial ini sebagai media penyebaran informasi yang utama di Kaltara.

P : Bagaimana akses keterbukaan di akun @diskominfokaltara?

N : Ya, dalam hal keterbukaan kita semampu mungkin untuk memberikan kebebasan kepada *followers* untuk memanfaatkan informasi yang kita publikasi. Mau di share ulang di medsos mereka, silahkan. Mau memberikan kritik atau saran atas informasi yang kita bagikan, silahkan. Contohnya waktu ada yang protes melalui Instagram @diskominfokaltara terkait pengumuman beasiswa, akhirnya kita publikasi lagi informasi lanjutan terkait proses seleksi hingga penyaluran beasiswanya itu seperti apa, sehingga masyarakat bisa memahami dan tidak menimbulkan pertanyaan lagi.

P : Nah sejauh ini, ada gak kak komunitas yang terbentuk dari postingan-potingan instagram @diskominfokaltara?

N : Hmm, kalau yang seperti itu sih belum ada ya kita.

P : Akun Instagram @diskominfokaltara selalu memberikan judul atau caption pada setiap informasi yang disebarakan gak?

N : Ya, betul sekali. Kalau judul dan caption itu ya selalu kita pake, gak pernah enggak. Baik itu judul di eflyer yang terbit di Instagram, video, reels, dan berbagai produk berita lainnya ya.

P : Oke, oke.. Selanjutnya berdasarkan pengalaman kerja disana sebelumnya, tiap postingan instagram itu kan fotonya selalu memakai judul di dalamnya, tapi sekarang gea liat-liat foto-fotonya udah gak pakai judul lagi ya kak seperti yang dulu?

N : Nah iya, sekarang judulnya udah di masukkan ke captionnya saja, jadi foto-foto yang di posting itu sudah tidak mengandung judul lagi. Hal ini sebenarnya bertujuan untuk meminimalisir kesalahan penulisan judul. Karena kalau salah penulisan judul di dalam gambar kan kita tidak bisa mengedit lagi jika sudah diterbitkan, berbeda dengan caption yang walaupun postingan sudah diterbitkan tetapi untuk caption masih bisa untuk di edit.

P : Intagram @diskominfokaltara ini kan memakai banyak *hashtag* juga ya. Apakah diskominfo punya aturan tersendiri terkait pemakaian *hashtag* ini?

N : Kalau aturannya gak ada sih dek.

P : Tapi untuk pemakaian *hashtag* sendiri apakah ada pengaruhnya?

N : Ada sih pengaruhnya sebenarnya, tetapi tidak signifikan.

P : Pengaruh yang diberikan oleh *hashtag* ini seperti apa kak?

N : Ninkatin *view* salah satunya ya, tapi mungkin lebih ke memudahkan orang-orang untuk menemukan postingan bahkan instagram kita melalui *hashtag-hashtag* itu. Selain itu kalau kita *searching* salah satu *hashtagna*, postingan dari akun @diskominfokaltara ini masih berada di urutan pertama hasil pencariannya sih, begitu.

P : Untuk fitur *location* sendiri, sering digunakan gak kak?

N : Kalau fitur *location* itu kita gak terlalu kepeake sih bahkan kita gak pernah pakai fitur *location* ini di postingan @diskominfokaltara.

P : Untuk *engagement* instagram sendiri,apakah ada yang bertugas untuk mengelola atau menganalisis?

N : Ada dong.. kami ada analisa *engagement* media sosial sih.

P : Nah berdasarkan hasil analisa itu,postingan instagram seperti apa yang *views* nya banyak, *likes*nya banyak, dsb?

N : Yang paling banyak itu biasanya pengumuman, selain itu ada postingan terkait komunitas tertentu juga, dan postingan terkait *event-event* tertentu itu *engagementnya* pasti tinggi-tinggi semua.

P : Untuk postingan di @diskominfokaltara, ada informasi yang mengandung unsur hiburan gak kak?

N : Menghibur ya? kayaknya gak ada sih dek. Untuk informasi, kita hanya fokusnya ke hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan pimpinan dan perangkat daerah saja.

P : Kira-kira alasannya apa kak kenapa gak bikin konten hiburan gitu?

N : Alasannya itu, yang pertama SDM kita masih kurang secara kualitas dan kuantitas sehingga untuk membuat konten yang memang murni itu agak susah sih. tim kita juga kan sejauh ini fokusnya memang selalu di bagian peliputan, dan itu memang part yang paling menguras kan apalagi kalau peliputannya sampe harus keluar kota ngikut pimpinan jadi ya begitu kira-kira kenapa kita masih sulit produksi konten sendiri.

P : Terus ada gak kak informasi yang sifatnya persuasif gitu?

N : Persuasif ada, kalau persuasif itu kayak model-model ajakan gitu, misal ajakan bayar pajak atau ajakan daftar seleksi, dan lain sebagainya lah.

P : Kalau informasi yang berkaitan dengan badan publik, misal laporan keuangan, program dan kinerja perangkat daerah, terkait kebijakan dan peraturan gubernur, itu semua ada gak di akun @diskominfokaltara?

N : Iya masuk kok, ada di instagram. Kebanyakan postingan yang ada di instagram itu kan ya tentang kegiatan pimpinan dan perangkat daerah, rata-

rata ya terkait kinerja atau program masing-masing perangkat daerah juga. Itu yang lebih sering kita *highlight* sih untuk publikasi beritanya.

P : Bagaimana dengan informasi yang sifatnya *urgent* dan berkaitan dengan hajat hidup banyak orang?

N : Berkaitan dengan hajat hidup banyak orang? Mungkin lebih ke informasi di masa pandemi kemarin ya contohnya. Seperti informasi terkait jumlah kasus covid harian dan sebagainya yang publikasinya kan memang setiap hari karena berkaitan dengan kepentingan hidup orang banyak.

P : Apakah ada informasi yang sifatnya wajib tersedia setiap saat di akun @diskominfokaltara?

N : Itu maksudnya gimana ya de?

P : Mungkin lebih ke informasi yang memang harus ada dan mudah diakses oleh masyarakat, contohnya lebih ke kebijakan atau peraturan dan undang-undang sama pengumuman gitu sih kak.

N : Oh, kalau itu sih kita ada kok, di *feeds* itu biasanya selalu kita posting terutama yang pengumuman gitu ya, tapi bisa juga langsung diakses melalui *link* tautan yang ada di bio akun @diskominfokaltara, sama di *website* sih pasti ada. tapi memang kurang lengkap ya de, kalau mau yang lebih lengkap itu pasti informasinya ada di biro hukum.

P : Oke, untuk akun @diskominfokaltara apakah sering memanfaatkan fasilitas tautan link sebagai bentuk keterhubungan dengan sumber informasi lainnya?

N : Kalau di instagram itu kan caption di setiap postingan itu gak bisa di klik ya, jadi alternatifnya sih kita kasih *link* tautan itu melalui *story* Instagram. Selain itu juga kita nyantumin *link* tautan di bio akun @diskominfokaltara.

P : Untuk *link* tautan yang ada di bio itu, *link*nya mengarah ke informasi apa saja?

N : Kalau *link* tautan yang di *bio*, kita pakainya yang bentuk *link.tree*, jadi dalam satu link itu ada berbagai macam *link* yang mengarah ke berbagai *website* yang bisa diakses oleh publik. *Link* seperti ini sangat memudahkan pemerintah dalam menyebarluaskan informasi penting juga dan memudahkan publik juga dalam mendapatkan informasi karena sumbernya semua ada di *link.tree* itu kan.

P : Berarti ada banyak informasi ya di *link* itu?

N : Iya betul, ada banyak.

P : Apa informasi-informasi yang ada di Instagram @diskominfokaltara sudah berbasis fakta, data dan *updating*?

N : Pastinya iya. Berbasis fakta dan data itu sudah pasti dan wajib hukumnya, terkait *updating* itu mungkin lebih ke sistem produksi beritanya sih. biasanya agar informasi itu selalu up to date, jurnalis berita memang dituntut untuk mampu bekerja secara cepat sehingga biasanya dalam waktu satu atau paling lama dua jam berita hasil peliputan itu sudah terpublikasi di seluruh akun media sosial. Minimal jadi produk berita aja dulu, untuk produk lainnya ya bisa menyusul, seperti video atau reelsnya gitu. Kalau untuk informasi yang berupa pengumuman ya kita tinggal menunggu update dari perangkat daerah yang bersangkutan aja. Memang kita gak ada aturan atau sistem yang saklek banget sih, lebih ke pendekatan ke perangkat daerah dan jurnalis-jurnalisnya aja gitu.

P : Untuk informasi yang bersifat edukasi, apa tim IKP pernah membuat informasi edukasi di akun @diskominfokaltara?

N : Kalau edukasi ada kok, terutama waktu masih masa PPKM Pandemi Covid-19 itu ya, waktu itu lebih sering membuat konten terkait protokol kesehatan dan lain sebagainya.

P : Oke oke kak, pertanyaan selanjutnya, dari KISP sendiri apa aja strategi atau upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keterlibatan publik dalam kebijakan dan program pemerintah terutama dalam hal pemanfaatan akun instagram @diskominfokaltara?

N : Ya yang pertama jelas *up to date* segala informasi terkait kebijakan dan program pemprov di akun media sosial, semuanya ya bukan cuman instagram aja. Lalu juga melakukan interaksi dengan followers media sosial diskominfokaltara supaya mereka juga tidak segan nantinya kalau ingin memberikan kritik dan masukan. Kemudian dalam beberapa kegiatan itu kita juga membuat pengumuman soal permintaan masukan dan saran dari masyarakat yang kita *update* di media sosial. contohnya waktu seleksi KI kemaren kita meminta masukan dari masyarakat terkait rekam jejak peserta seleksi.

P : Apakah @diskominfokaltara menyebarluaskan informasi secara proporsional tanpa adanya sikap defensif dan ofensif?

N : Oiya, dek. Memang dalam memberitakan informasi-informasi terkait program dan kebijakan pemerintah kita mengambil sifat netral. Netral dalam artian ya berita tersebut tidak berat sebelah, dan kita sebisa mungkin menyediakan informasi yang memang dibutuhkan oleh masyarakat Kaltara.

P : Trus kak apakah di akun @diskominfokaltara pernah ada komentar-komentar yang bersifat ofensif?

N : Oh, ada, terutama waktu pengumuman beasiswa kaltara itu ya, banyak pihak yang merasa bahwa hasil pengumumannya tidak adil. Ada yang merasa bahwa mereka layak mendapat beasiswa tetapi namanya tidak masuk didalam pengumuman penerima beasiswa, ada yang begitu, menyerang pemerintah sampe menuduh uangnya dikemain gitu dan hasil pengumumannya mengandung unsur nepotisme begitu.

P : Oke, lalu bagaimana @diskominfokaltara menanggapi isu tersebut?

N : Kalau itu biasanya kita membuat postingan lanjutannya. Dalam kasus beasiswa Kaltara itu kami membuat postingan terkait bagaimana sistem penyaluran beasiswa tersebut dan merilis nama-nama siapa saja yang mendapat beasiswa tersebut, begitu.

P : Oke kak sudah cukup pertanyaannya ya kak, makasih banyak loh kak sudah mau bantuin hehehe.. semangat kerja akhir tahun ya kak, hahaha

N : Siap, sama-sama dek.. semangat dan sukses ya skripsinya, Tuhan berkati.

P : Amin, Tuhan berkati kak.

2. Nurhaidah

Tanggal wawancara: 5 Desember 2022

P : Halo mbak nunuy, selamat siang, hehehe, apakah sudah siap untuk diwawancara? Hahah

N : Halo gege, hahaha, ih gugup eh aku mau di wawancara.

P : Hahaha gapapa mbak, santai aja kita, kayak ngobrol biasa aja kok.

N : oke deh ge, jadi gimana?

P : Iya, sebelum aku mulai wawancara nya aku mau jelasin singkat aja dulu mengenai penelitian skripsiku. Jadi judul penelitian skripsiku adalah pemanfaatan media sosial instagram @diskominfokaltara oleh DKISP Kaltara dalam penyebarluasan informasi publik, nah karena objek penelitiannya akun instagram @diskominfokaltara makanya aku mau wawancara mbak nunuy sebagai staff pengelola media sosial. Kita mulai ya mbak wawancaranya, sebelumnya mbak nunuy sudah berapa lama mengelola media sosial @diskominfokaltara?

N : Sudah sekitar dua tahunan lah ge, awal tahun depan ini genap dua tahun sih..

P : Oke, tugas dan tanggung jawab mbak sebagai pengelola media sosial apa saja?

N : Kalau tugasnya sih aku paling ngerjain bagian editing konten sama bagian publikasi konten aja sih ge..

P : Kalau berinteraksi dengan *followers* sering gak mbak?

N : Lumayan sih ge, kadang balas-balasin pertanyaan orang-orang di kolom komentar atau *direct message* sih.

P : Kalau interaksi selain itu ada mbak?

N : Hmm, selain itu sih gak ada ya, apalagi kan jarang juga nih orang-orang yang follow @diskominfokaltara komentar setiap postingan kita, jadi interaksinya masih sekedar jawab-jawab pertanyaan aja.

P : Nah, selama ini ada gak strategi dalam ningkatin interaksi dengan *followers* instagram?

N : Untuk strategi sih, kita gak ada strategi khusus gitu ya ge, apalagi seperti yang aku bilang sebelumnya, jadi sejauh ini interaksi yang ada di media sosial itu baru sekedar menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dari *followers* itu aja sih.

P : Oke, lalu bagaimana proses produksi informasi yang dilakukan mbak sebelum informasi tersebut di publikasi di instagram?

N : Kalau produksi informasi itu maksudnya berita kan ya? Kalau untuk itu sih biasa dari analis berita yang lebih paham sih ge, karena seluruh konten itu kan sebelum di posting harus di konsultasikan dengan analis masing-masing, kalau aku biasanya editing foto atau *eflyer* aja sih untuk kebutuhan publikasi di media sosial. tapi untuk isi kontennya seperti berita atau informasi lain biasanya emang tim jurnalis atau analis berita yang memproses, begitu.

P : Lalu apakah akun @diskominfokaltara sering menggunakan fitur *link* tautan yang terhubung ke informasi lainnya?

N : Iya dong, tiap kita bikin konten di *story* instagram terkait informasi tertentu kita pasti nyantumin *link* supaya masyarakat juga bisa akses informasi tersebut. Selain itu, di bio instagram @diskominfokaltara juga ada *link* yang kita tautkan dan bisa diakses semua orang. Di *link* itu juga ada berbagai macam *link* yang menuju ke berbagai informasi yang berbeda-beda, jadi masyarakat mau nyari informasi apa, di link itu udah tercantum semua.

P : Untuk fitur *caption* apakah pemanfaatannya sudah maksimal menurut mbak?

N : Sejauh ini *caption* selalu kita manfaatkan sih, gak pernah enggak ya.. karena justru informasi itu kan semua tertulis di bagian *caption*. Ibaratnya *caption* itu pendamping foto *e-flyer* yang di publikasi yang jadi pelengkap informasi yang disebarluaskan.

P : Untuk judulnya apakah sering juga dicantumkan mbak?

N : Iya dong, Kalau duluan kita nyantumin judulnya langsung di foto *e-flyernya*, tapi sekarang judul itu udah jadi satu dengan *captionnya* gitu ge.

P : Kalau penggunaan *hashtag* di tiap postingan @diskominfokaltara itu apa ada aturan atau SOP nya mbak?

N : Untuk SOP sih kita gaada sih ya, tapi pemakaian *hashtag* itu wajib hukumnya di setiap postingan harus selalu ada, hehe. Itu untuk membantu mendongkrak *engagement* postingannya sih dan supaya lebih banyak aja masyarakat yang melihat postingan kita. Jadi ya gak ada aturan harus gimana-gimana, tapi yang jelas *hashtagnya* yang relevan dengan Pemprov Kaltara.

P : Lalu penggunaan *hashtag* itu berpengaruh gak dalam menjangkau masyarakat secara luas?

N : Sangat berpengaruh. Karena *hashtag* itu yang bantu naikin *engagement* instagram kita. Dengan adanya *hashtag* itu kan banyak orang-orang yang jadinya liat postingan-postingan kita padahal awalnya gak ngefollow gitu, eh setelah liat postingan jadi ngefollow, gitu.

P : Untuk fitur lokasi apakah sering digunakan di tiap postingan mbak?

N : Nah untuk fitur lokasi itu yang kita belum pernah pakai sih selama ini, karena hashtag kita udah banyak banget juga dan tidak terlalu berpengaruh seperti penggunaan hashtag itu tadi.

P : Apakah di akun @diskominfokaltara terdapat informasi terkait program atau kinerja badan publik?

N : Badan publik itu maksudnya perangkat daerah gitu ya?

P : Iya mbak, benar.

N : Oh, kalau itu ya jelas ada dong. Khusus untuk informasi terkait kinerja perangkat daerah biasanya kita sendiri yang inisiatif datang untuk wawancara ketika ada isu atau hal-hal yang berkaitan dengan perangkat daerah yang harus kita publikasikan informasinya. Terkadang juga melalui permintaan langsung dari perangkat daerah terkait, karena sebenarnya kan mereka juga butuh publikasi terkait dengan program atau kegiatan yang mereka laksanakan.

P : Oke mbak, terkait penyebaran informasi, apa akun @diskominfokaltara telah menyebarkan informasi yang memiliki pengaruh penting terhadap hajat hidup orang banyak?

N : Yang berkaitan dengan hajat hidup banyak orang, ya sudah pasti ada. Contohnya ketika masa pandemi dimana kasus positif masih tinggi-tingginya, kita selalu meng *update* berita-berita terkait hal itu sih.

P : Apakah @diskominfokaltara telah memanfaatkan seluruh fitur instagram dalam menyebarluaskan informasi kepada publik?

N : Sudah. Untuk penyebarluasan informasi yang jelas kita manfaatkan tentu fitur postingan fotonya, biasa yang kita publikasi itu bentuknya *e-flyer* yang disertai dengan *caption* juga, selain itu ada fitur *reels*, lalu ada *story* instagram juga. Sejauh ini tiga fitur itu sih yang kita manfaatkan dalam publikasi informasi.

P : Sejauh ini, apakah @diskominfokaltara telah menyebarluaskan informasi yang bersifat menghibur?

N : Bersifat menghibur sepertinya tidak ada ya ge, kita lebih fokusnya ke publikasi informasi yang berkaitan dengan masyarakat dan pemerintahan.

P : Kalau informasi yang bersifat persuasif apakah ada?

N : Kalau itu sih jelas ada, seperti saat pandemi ada postingan terkait ajakan patuh prokes dan sejenisnya itu ada sih di posting di instagram @diskominfokaltara.

P : Ada strategi tertentu tidak mbak dalam menyebarkan informasi yang bersifat persuasif?

N : Paling strategi yang dilakukan ya terkait teknis penyebarluasannya aja sih, yaitu melalui postingan eflyer, infografis, poster, dan video pendek.

P : Lalu apakah ada informasi yang bersifat edukatif di akun @diskominfokaltara? Dan bagaimana strategi publikasinya?

N : Informasi edukatif ada, banyak sih informasi yang bersifat mengedukasi. Ada yang berkaitan dengan urusan pelayanan publik sampai edukasi terkait hal-hal yang bersifat umum. Dan teknis penyebarluasannya biasanya menggunakan infografis sih kalau itu.

P : Selain itu,apa ada strategi lain yang dilakukan dalam menyebarluaskan informasi terkait kebijakan dan program pemerintah di instagram @diskominfokaltara?

N : Strateginya kurang lebih sama aja sih ge seperti publikasi informasi lainnya. Kita memanfaatkan fitur-fitur utama instagram dan manfaatin bentuk kontennya aja jadi lebih bervariasi agar informasi tersebut bisa lebih mudah untuk dipahami oleh masyarakat. Terutama masalah terkait kebijakan dan program pemerintah itu kan penting sekali untuk masyarakat, jadi kita sebisa mungkin memberikan exposure yang lebih terhadap informasi tersebut, udah gitu aja sih.

P : Apakah terdapat informasi yang sifatnya wajib tersedia setiap saat di akun @diskominfokaltara?

N : Contohnya yang gimana tuh ge?

P : Kayak pengumuman, peraturan gubernur, atau kebijakan gitu sih mbak.

N : Oh, ada sih itu, paling ya informasinya melalui *link* tautan yang terhubung ke *website* diskominfo aja sih, ge. Kalau di instagram itu kan kita khusus untuk berita yang memang setiap hari di *update* gitu.

P : Apakah pemanfaatan Instagram dalam penyebarluasan informasi publik ini juga meningkatkan keterlibatan publik dalam program dan kebijakan pemerintah?

N : Kalau menurutku sih keterlibatan publik itu selalu terlihat ya dalam setiap program dan kebijakan milik pemerintah. Dengan adanya medsos ini sih justru semakin meningkatkan exposure masyarakat ketika terlibat apalagi secara langsung pada setiap program dan kebijakan pemerintah. Kita juga sangat proaktif terhadap masyarakat yang punya atensi besar terhadap setiap

informasi terkait program dan kebijakan pemerintah yang kita publikasi ke media sosial.

P : Apa informasi yang terdapat pada akun @diskominfokaltara sudah berbasis fakta, data dan *updating*?

N : Tidak hanya berbasiskan fakta dan data saja, tetapi kita juga sebisa mungkin transparan dalam menyajikan informasi kepada masyarakat. Karena masyarakat kita itu kan orang-orangnya kritis sekali ya sekarang. Terkait masalah *up to date*, kita punya demand yang tinggi kepada jurnalis berita agar mampu menyelesaikan berita dalam waktu singkat. Hal itu untuk menjaga agar suatu informasi itu tetap *fresh* ketika kita publikasi kepada masyarakat.

P : Apakah @diskominfokaltara selalu memberikan informasi secara netral kepada masyarakat?

N : Iya dong.. Seluruh informasi yang kita publikasi jelas sifatnya netral dan menjunjung tinggi kepentingan masyarakat.

P : Oke deh mbak nunuy, sudah cukup wawancaranya, terima kasih banyak ya mbak sudah mengijinkan aku untuk mengganggu waktunya, hahaha.

N : Hahaha tidak apa-apa ge, santai aja. Semangat dan sukses ya skripsinya, cepat di selesaikan biar bisa kembali ke sini lagi,hahaha.

P : Hahaha, siap mbak nunuy, makasih ya mbak, selamat siang dan semangat juga ngantornya!

3. Nuzul Alfi Kurnia

Tanggal wawancara 10 Desember 2022

P : Halo Mas Nuzul, selamat siang, apakah sudah siap untuk di wawancara?

N : Siang Ge, hahaha. Siap,siap!

P : Okedeh,sebelum mulai wawancara, aku mau jelasin singkat dulu terkait penelitian skripsiku ini. Jadi judul skripsiku adalah “pemanfaatan media sosial instagram @diskominfokaltara oleh DKISP Kaltara dalam penyebarluasan informasi publik” Nah berhubung objek ku ini adalah akun instagram @diskominfokaltara yang dikelola oleh tim IKP, aku memilih Mas Nuzul sebagai salah satu narasumberku bersama dengan Pak Taqwim, Kak Nico, dan Mbak Nunuy. Nah, sebelum kita mulai wawancaranya aku mau tanya dong jabatan Mas Nuzul sekarang di bidang IKP sebagai apa?

N : Nah, dikarenakan ada peralihan jabatan jadinya sekarang menjabat sebagai pranata humas ahli muda, lebih spesifiknya sih sub koordinator seksi akses dan kualitas informasi dan komunikasi publik.

P : Tugas dan tanggung jawabnya apa saja mas?

N : Masih sama seperti dulu, bertanggung jawab terkait dengan peliputan kegiatan Pemerintah Provinsi Kalimantan Utara, baik pimpinan maupun OPD (Organisasi Perangkat Daerah) juga.

P : Nah, lalu bagaimana proses produksi informasi sebelum disebarluaskan ke publik?

N : Kalau untuk peliputan, biasa tergantung dari skala kegiatannya, kalau skala nya kecil kita hanya produksi konten berita dan foto saja, tapi kalau skala kegiatannya besar, kita tambahkan video juga. Nah prosesnya, kalau untuk berita begitu selesai peliputan, langsung masuk ke ruang *editor* untuk proses *editing* baru di publikasi ke media sosial, sama halnya dengan foto dan video memiliki *editornya* masing-masing.

P : Lalu untuk jenis informasi yang disebar atau di publikasi itu apa aja mas?

N : Untuk jenis informasinya kita bermacam-macam, contohnya waktu masa pandemi kita lebih banyak mempublikasi informasi terkait covid-19, seperti capaian vaksin di Kaltara, terus ada juga untuk sekarang itu baru-baru ini kan ada event G20, nah kita mendapat instruksi untuk penyebarluaskan informasi terkait G20 itu. Selain itu ya informasi-informasi dari OPD yang dirasa perlu untuk di publikasi informasinya dan dari OPD sendiri

mengajukan permintaan peliputan ke DKISP. Penyebarannya juga tidak hanya di media sosial saja tetapi juga melalui media rekanan Pemprov.

P : Apakah akun @diskominfokaltara memiliki informasi terkait badan publik?

N : Untuk informasi seperti itu, biasanya kita buat per triwulan. Seperti misalnya capaian realisasi pajak daerah. Jadi kita minta data ke Bapenda terkait capaian realisasi pajak daerah di tahun 2022 dan dari data-data tersebut kita publikasi per triwulan, begitu. Selain itu, ada capaian vaksin juga yang baru-baru ini kita publikasi ke media sosial.

P : Lalu untuk informasi yang berkaitan dengan kebijakan, peraturan perundang-undangan, dan sebagainya itu apakah ada di akun @diskominfokaltara?

N : Nah kalau untuk informasi seperti itu, secara lengkapnya pastinya sudah ada tersedia di JDIH yang di kelola oleh biro hukum. Nah kalau dari KISP sendiri, kita biasanya mempublikasi informasi-informasi yang memang berperan penting terhadap hajat hidup banyak orang, contoh keputusan gubernur terkait masa pandemi lalu, begitu. Kalau untuk publikasi setiap pergub yang keluar itu kayaknya belum, karena kita kan pasti untuk pergub itu masing-masing OPD kan juga membuat itu, kecuali ya memang isu yang diangkat itu berkaitan dengan masyarakat luas baru kita publikasi.

P : Apakah @diskominfokaltara telah memuat informasi berkaitan dengan program pemerintah, seperti rencana proyek pembangunan, perjanjian kerja sama dan sebagainya?

N : Kalau untuk informasi terkait perjanjian kerja sama itu ya kami publikasi, seperti perjanjian dengan lembaga-lembaga, dan isi perjanjiannya juga dipublikasi dalam bentuk berita.

P : Lalu untuk informasi yang berkaitan dengan hajat hidup banyak orang apakah ada?

N : Kalau itu mungkin pas masa pandemi kemarin ya, kita membantu publikasi informasi terkait kasus aktif Covid-19 khusus di daerah Kaltara yang informasi data-datanya kita dapat langsung dari dinas kesehatan waktu itu. Sama mungkin pas munculnya penyakit menular mulut dan kuku yang terjadi pada hewan ternak itu ya, kita juga bantu publikasi informasi-informasi terkait penyakit tersebut.

P : Kemudian apakah ada informasi yang bersifat menghibur di akun @diskominfokaltara?

N : Kalau yang lebih bersifat menghibur itu paling sih kegiatan-kegiatan diluar rancangan kegiatan pimpinan. Contohnya mungkin kegiatan dari Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Anak yang menjelang hari ibu mengadakan semacam *campaign* tentang perlindungan perempuan dan anak yang dikemas dengan koreografi, seperti itu mungkin ya contohnya.

P : Lalu untuk informasi yang bersifat persuasif apakah ada?

N : Kalau persuasif ya ada, contohnya ya ajakan mematuhi protokol kesehatan pada masa pandemi yang lalu.

P : Kemudian informasi yang mengedukasi juga apakah ada?

N : Sepertinya informasi-informasi yang ada selain pengumuman itu ya bisa jadi informasi yang mengedukasi kan ya, tapi kalau khusus konten yang mengedukasi sih mungkin masih jarang ya, karena kalau yang mengedukasi seperti itu kan lebih ke produksi konten ya, nah kita proporsinya masih condong ke peliputan aja sih, jadi informasinya lebih ke arah edukasi terkait rancangan kerja pemerintah aja sih, seperti itu.

P : Kalau untuk pemanfaatan fitur-fitur di instagram itu, apa saja yang sudah dimanfaatkan oleh @diskominfokaltara?

N : Yang pertama jelas story itu iya, soalnya dalam rangkaian kegiatan pimpinan sebelum berita terbit, kita kadang meng*update* kegiatan tersebut melalui *story* sih, karena proses produksinya juga tidak memakan waktu yang lama dan tidak selalu melalui tahapan *editing*, sehingga kontennya lebih terkesan mentah, begitu. Lalu ada juga pemanfaatan *hashtag* kan supaya *eksposure*nya lebih luas lagi.

P : Nah, untuk penggunaan *hashtag* sendiri apakah berpengaruh mas?

N : Berpengaruh, jadi dengan kita gunakan *hashtag* yang lagi hits di masyarakat atau *hashtag* yang sudah ada, sejauh ini sih jangkauannya jadi lebih luas. Contoh ya orang-orang yang gak *follow* akun @diskominfokaltara tapi melalui *hashtag* yang di cantumin itu bisa ngeliat postingan kita, sehingga secara gak langsung meningkatkan *engagement* akun instagram @diskominfokaltara.

P : Untuk pemanfaatan judul, mengapa ada perubahan dari yang sebelumnya dicantumkan di dalam eflyer sekarang justru dicantumkan pada caption?

N : Nah, iya, untuk penggunaan judul pada eflyer itu memang ada perubahan atas permintaan atasan, karena frame eflyer itu terlalu besar sehingga judul yang dicantumkan di dalam eflyer di nilai kurang proporsi. Sehingga kita juga akan kembali mengevaluasi pemakaian judul pada eflyer

ini agar antara foto, frame, dan judulnya bisa seimbang dan gradasi warnanya juga tidak mengganggu.

P : Bagaimana dengan fitur lokasi mas? Apakah sering digunakan? Dan apakah punya pengaruh yang besar pada engagement nya @diskominfokaltara?

N : Untuk lokasi ya sekarang udah hampir gak pernah lagi ya, paling lokasinya tercatat di caption aja karena bagian dari tulisan berita kan. Tapi kalau dulu sih sepertinya kita sempat beberapa kali menggunakan fitur lokasi itu.

P : Apakah pemanfaatan media sosial instagram @diskominfokaltara memiliki SOP tersendiri?

N : Mungkin lebih ke SOP tidak tertulis sih sejauh ini. Cuma ya untuk alur publikasi informasi masih sama semua ya kurang lebih aja.

P : Untuk engagement instagram @diskominfokaltara apakah ada tim yang menganalisis?

N : Iya, ada. kebetulan untuk tahun ini kita ada kerjasama dengan pihak ketiga yang memang dia tugasnya menganalisa dari sentimen positif, sentimen negatif, kemudian didalamnya juga berisi saran untuk pimpinan, seperti itu. Jadi mereka juga turut memantau pemberitaan tidakhanya di media pemerintah saja tetapi juga media-media yang ada di Kaltara, gitu.

P : Bagaimana strategi @diskominfokaltara dalam menjangkau publik yang lebih luas lagi?

N : Nah, untuk itu kita memanfaatkan akun-akun media sosial milik pimpinan dan perangkat daerah lainnya melalui fitur mention atau *tag*. Jadi ketika di repost ulang oleh akun pimpinan serta perangkat daerah lainnya masyarakat istilahnya ya jadi tau oh diskominfo itu ada instagram yang aktif menyebarkan informasi toh. Begitu ya kira-kira.

P : Nah, untuk keaktifan @diskominfokaltara dalam berinteraksi dengan followersnya itu bagaimana mas?

N : Kalau untuk saat ini sih belum seaktif itu ya, hanya lebih ke sekedar menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan aja oleh followers, tapi untuk spesifiknya berinteraksi sekedar menyapa dan sebagainya sih belum ya. Dan kebetulan juga followers-followersnya kan jarang komen ya, lebih ke nge like postingan aja.

P : Postingan seperti apa yang memiliki *engagement* tinggi?

N : Lebih ke isu-isu masyarakat yang sedang jadi *trending* di masyarakat sih, contohnya ya pada saat kenaikan harga minyak goreng. Selain itu juga

ada informasi yang bersifat pengumuman, itu biasanya lebih rame *engagementnya*, contohnya itu pengumuman seleksi calon anggota komisi informasi.

P : Apakah ada keterlibatan langsung dari masyarakat terkait informasi-informasi yang disebar?

N : Untuk keterlibatan iya, ada. Terutama pada masa seleksi calon anggota komisi informasi ini masyarakat justru diajak untuk terlibat secara langsung dalam proses seleksinya. Jadi kita menyiapkan kanal agar masyarakat bisa memberikan saran dan masukan kepada pemerintah terkait peserta seleksi, dan itu bisa disampaikan melalui website yang tersedia dan ada email juga.

P : Nah, untuk penyebaran informasi terkait hal itu, apakah ada di akun @diskominfokaltara?

N : Oiya tentu ada, kita sebar melalui media sosial @diskominfokaltara dan melalui media cetak juga, selain itu secara vertikal pun ada misal melalui bawaslu, KPU dan sebagainya. Untuk link websitenya juga kita sediakan di link tautan yang sudah dicantumkan di bio instagram @diskominfokaltara, supaya masyarakat lebih mudah lagi untuk mengakses situs tersebut.

P : Apa informasi-informasi yang ada di Instagram @diskominfokaltara sudah berbasis fakta, data dan *updating*?

N : Oya jelas dong. Berbasis fakta dan data yang ada di lapangan iya. *Up to date* juga iya. Transparan juga iya. Kalau wartawan biasa aja harus menjunjung fakta dan data, apalagi dalam lingkungan pemerintah ya. Kalau urusan *up to date* ya kita mengikuti perkembangan informasi ya, jadi misal hari ini informasi nya apa saja ya itu kita upayakan proses produksinya tidak menghambat kebaruan informasi tersebut.

P : Bagaimana @diskominfokaltara memberitakan informasi secara proporsional tanpa adanya sikap ofensif dan defensif?

N : Secara proporsional ya mungkin contohnya bisa dilihat di akun @diskominfokaltara ya. Karena seluruh informasi yang terdapat pada akun @diskominfokaltara mengutamakan kepentingan masyarakat tanpa adanya sikap ofensif kepada pemerintah, dan sebagai badan publik juga sudah sewajarnya memberikan informasi dengan sikap yang netral tanpa berat sebelah.

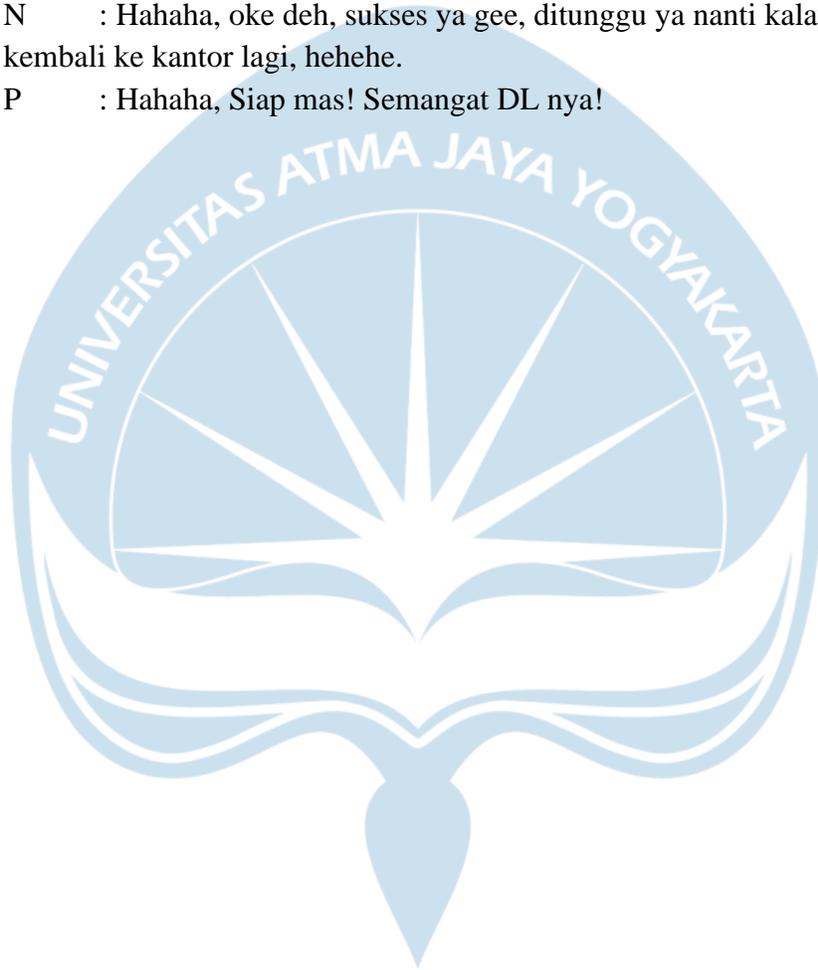
P : Oke deh Mas Nuzul, terima kasih banyak loh mas sudah bantuin skripsi ku, maaf juga sudah mengambil waktu kerjanya, hahahha.

N : Ya, sama-sama, sorry loh lama banget nunggunya, hampir mo semingguan ya. Semoga tidak menghambat penyelesaian tugas kuliahmu ya ge.

P : Hahaha, masih aman mas, habis ini ngerjainnya pake kekuatan fullspeed, hehehe.

N : Hahaha, oke deh, sukses ya gee, ditunggu ya nanti kalau mau kembali ke kantor lagi, hehehe.

P : Hahaha, Siap mas! Semangat DL nya!



4. **Mohammad Taqwim**

Tanggal wawancara 12 Desember 2022

P : Selamat pagi Pak Taqwim. Apa kabar pak? Terima kasih banyak pak sudah meluangkan waktu ditengah kesibukan akhir tahun untuk bantu in skripsi saya pak. hehehe

N : Halo Gea, Alhamdulillah kabar baik, sibuk aja tapi hehe, maaf ya saya baru sempat wawancara sama kamu.

P : Baik pak, aman kok,heheh. Sebelum saya mulai wawancaranya mungkin saya briefing singkat lagi ya pak terkait penelitian saya. Seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya di chat bahwa saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan akun instagram @diskominfokaltara sebagai objek penelitiannya, berhubunga bapak adalah kepada bidang informasi dan publik saya ingin mewawancara bapak terkait pemanfaatan akun instagram @diskominfokaltara dalam penyebarluasan informasi publik. sebelumnya saya sudah melakukan wawancara dengan Kak Nico, Mbak Nunuy, Mas Nuzul, dan bapak adalah narasumber dari tim IKP terakhir yang akan saya wawancarai. Apa bapak sudah siap saya wawancara?

N : Oke Gea, silahkan.

P : Baik pak. Sebelumnya, bapak ini jabatannya adalah kepala bidang IKP ya pak, nah untuk tugas dan tanggung jawab dari kepala bidang IKP itu apa saja pak?

N : Wah untuk tugas dan tanggung jawabnya banyak itu, hahah. Kalau secara umum, ya tugas dan tanggung jawabnya ya membantu kepala dinas sesuai dengan tugas pokok terutama yang berhubungan dengan pelayanan penyebaran informasi publik, khususnya informasi yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan pimpinan daerah, pembangunan, dan perencanaan untuk mewujudkan visi dan misi yang dibawakan oleh pimpinan saat ini. Itu secara umum, kalau secara fungsional ya berkaitan dengan urusan informasi publik.

P : Bapak sudah berapa lama menjabat sebagai kabid IKP?

N : Mungkin sudah hampir mau satu tahun ya. Sebelumnya juga saya sudah pernah menjabat sebagai kabid selama dua tahun tapi itu sebelum adanya bidang IKP ini. Kalau dulu itu namanya bidang kominfo yang dijadikan satu dengan yang sekarang kalian tau bidang APTIKA yang ngurusin masalah jaringan lah ya. Bidang IKP ini kan baru terbentuk setelah pergantian pimpinan di tahun 2021, waktu itu kan saya juga di mutasi ke biro administrasi pimpinan, dan baru awal tahun ini saya di kembalikan lagi ke IKP, jadi kalau secara kumulatif ya saya sudah 3 tahun disini.

P : Lalu, apakah ada strategi khusus dalam menyebarkan informasi kepada publik?

N : Strategi nya paling ya berkoordinasi dan berkolaborasi dengan teman-teman yang ada di biro administrasi pimpinan atau biro adpim. Karena yang mengatur rencana kerja pimpinan kan mereka jadi penting untuk berkoordinasi juga dengan mereka terkait kegiatan-kegiatan pimpinan.

P : Apakah ada perbedaan dalam proses penyebaran informasi yang dulu dengan sekarang?

N : Kalau dulu sebelum terbentuknya bidang IKP, titik berat dalam penyebaran informasi itu terletak pada biro humasnya, karena pelayanan informasi publik itu hampir 80% di ambil alih oleh humas. Nah sekarang, sudah berubah tugas pokok dan fungsinya, bukan di hilangkan ya tetapi diperkecil *scope* nya menjadi fokus pada kegiatan dan administrasi pimpinan saja. Sehingga tugas dan fungsi humas itu sekarang sudah ada di bidang IKP.

P : Lalu bagaimana proses produksi informasi di @diskominfokaltara sebelum di publikasi?

N : Kalau prosesnya itu awalnya kita mendapatkan RK atau rencana kerja milik pimpinan. Nah ini alurnya kita bahas yang pimpinan dulu ya. Dari RK tersebut, kita kirim tim liputan untuk meliput kegiatan-kegiatan yang dihadiri oleh pimpinan, seperti pak gubernur, pak wakil gubernur, sekretaris daerah, dan asisten-asistennya. Setelah itu hasil dari liputan kegiatan itu di produksi menjadi tulisan atau foto dan video yang nantinya akan melalui proses penyuntingan yang dilakukan oleh pranata humas ahli muda, analis berita, atau analis data dan informasi untuk di cek apakah data atau informasi yang ada dalam tulisan atau foto dan video sudah cukup dan sesuai. Setelah proses penyuntingan selesai baru kita mulai publikasi baik di media sosial milik DKISP maupun media-media rekanan. Nah berbeda lagi dengan proses produksi informasi dari perangkat daerah. Kalau informasi dari perangkat daerah itu kita lebih sering melalui surat permintaan liputan kegiatan, atau melakukan wawancara langsung dengan perangkat daerah terkait isu-isu yang sedang hangat ditengah masyarakat ataupun terkait rencana program atau kinerja dan capaian dari perangkat daerah itu sendiri.

P : Lalu apakah akun @diskominfokaltara memanfaatkan seluruh fitur instagram yang ada dalam proses pelayanan publiknya?

N : Sejauh yang saya pantau ya, terkait pemanfaatan fitur-fitur ini saya rasa hampir seluruh fitur ya kita maksimalkan penggunaannya. Sehingga konten-konten yang ada di Instagramnya @diskominfokaltara ini jadi lebih

bervariasi juga kan. Itu akan membantu sih supaya akun Instagram kita ya gak monoton monoton amatlah.

P : Bagaimana dengan penggunaan fitur lokasi? Apakah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap akun @diskominfokaltara?

N : Kalau fitur lokasi itu kan saya rasa tidak perlu digunakan juga. Karena orang-orang sudah tahu bahwa ini akun diskominfokaltara. Kegiatan-kegiatan pimpinan atau perangkat daerah itu kan pasti berada di lingkup Kalimantan Utara, jadi menurut saya tidak usah lagi pakai fitur lokasi itu, kecuali kalau memang kegiatan yang dilaksanakan itu berada di luar kota mungkin bisa ya, tapi itu juga jarang kan. Makanya penggunaan lokasi itu tidak pernah terpakai.

P : Apakah informasi-informasi terkait perangkat daerah tersebut di publikasi secara berkala?

N : Kalau secara berkala sih mungkin tidak semuanya bisa ya. Karena perangkat daerah kita sendiri ada kurang lebih 40 dinas sedangkan tim IKP ini kan sedang kekurangan anggota sehingga untuk publikasi secara berkala yang paling melalui internalnya perangkat daerah itu sendiri yang nantinya ketika mereka publikasi ya kita juga akan bantu share informasi tersebut.

P : Apakah ada informasi yang sifatnya darurat dan berkaitan dengan hajat hidup banyak orang dan harus di umumkan secara serta merta?

N : Ya ada, contohnya update kasus covid-19 setiap harinya dulu ketika angka kasus masih tinggi-tingginya. Tapi itu, konsepnya kita bantu *update* dengan di share gitu aja, jadi kita gak membuat konten lagi terkait hal tersebut.

P : Apakah ada SOP dalam pemanfaatan media sosial ketika menyebarkan informasi publik?

N : Untuk itu baru kita susun pergunaanya. Baru di proses.

P : Lalu, apakah ada informasi yang sifatnya wajib tersedia setiap saat dan dapat diakses kapan saja, seperti peraturan gubernur, keputusan gubernur, surat edaran, dan sebagainya?

N : Kalau untuk hal seperti itu, paling ya kita bantu publikasi aja sih itu. Dan biasanya, untuk informasi yang seperti itu kita hanya sebatas bantu publikasi aja, bukan produksi konten ori lagi. Terutama untuk informasi yang seperti pengumuman dan sejenisnya ya.

P : Apakah pemanfaatan instagram dalam penyebarluasan informasi juga memiliki pengaruh dalam hal menjangkau publik yang lebih luas lagi?

N : Kalau apa yang saya lihat sejauh ini, ya media sosial @diskominfokaltara itu cenderung sedikit pengikutnya ya, hal itu mungkin bisa jadi dikarenakan kontennya yang sifatnya monoton kan, karena isinya hampir 90 persen hanya urusan pemerintahan saja. Keterbatasannya juga dalam pemanfaatan media sosial ini adalah ketika perangkat daerah lainnya juga turut menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi internal mereka. Kalau saya sih menilai hal tersebut justru tidak efektif ya dalam hal penyebaran informasi, karena pintu menuju informasi tersebut banyak, sehingga publik jadi kebingungan untuk mengikuti akun media sosial yang mana. Menurut saya, itu akan lebih baik jika seluruh informasi baik dari kegiatan pimpinan maupun masing-masing perangkat daerah itu berada di satu pintuyang sama.

P : Apakah @diskominfokaltara memiliki strategi khusus dalam menjangkau publik yang lebih luas lagi?

N : Nah itu yang sebenarnya masih berusaha kita pikirkan. Karena masyarakat kita rata-rata kalau dilihat dari wilayah kita ya ada kekurangan dalam ketersediaan jaringan, sehingga itu yang berusaha untuk kita akali terutama itu dari bidang APTIKA yang saat ini berusaha untuk menambah receiver jaringan untuk memperluas jangkauan jaringan di wilayah Kaltara. Berdasarkan data, ketersediaan jaringan itu justru terdapat di Kabupaten Bulungan yang sekaligus merupakan pusat Pemprov Kaltara. Malah di Kabupaten Malinau, Nunukan, dan Kota Tarakan yang jangkauan jaringannya sudah jauh lebih luas. Tapi selain itu, sekarang kita juga berusaha menjangkau publik lebih luas lagi dengan bekerja sama dan berkolaborasi dengan media-media online rekanan kita, begitu.

P : Apakah @diskominfokaltara mempublikasi informasi yang bersifat persuasif?

N : Kalau yang sifatnya persuasif itu ada tapi untuk yang informasi murni dari kita itu masih jarang ya. Kebanyakannya sih konten yang dari pusat, dari kementerian lalu kita ikut share juga di akun media sosial kita agar masyarakat Kaltara juga dapat melihat informasi tersebut.

P : Apakah @diskominfokaltara memiliki informasi yang bersifat menghibur?

N : Untuk informasi yang menghibur itu kita masih belum ada sih ya.

P : Apakah ada informasi yang bersifat edukatif di @diskominfokaltara?

P : Ada, tapi masih sedikit sekali ya. Karena kitakan fokusnya masih ke arah menginformasikan aja ke publik.

P : Untuk hal keaktifan @diskominfokaltara dalam melakukan interaksi dengan pengikutnya itu seperti apa ya?

N : Ya, untuk interaksi paling ya kita cuman like atau balas komentar-komentar yang ada di postingan-postingan @diskominfokaltara. Cuman ya poin keaktifan ini masih kurang ya karena follower @diskominfokaltara juga bukan tipikal pengikut yang aktif terutama dalam hal meninggalkan komentar di setiap postingan.

P : Terkait dengan *engagement* @diskominfokaltara, apakah ada tim yang secara khusus menganalisis hal tersebut?

N : Oiya ada, kita melakukan kerja sama dengan jasa konsultan sebagai pihak ketiga yang akan membantu DKISP dalam menganalisis analitik akun media sosial milik DKISP Kaltara.

P : Sejauh ini,apakah pemanfaatan akun @diskominfokaltara memberi pengaruh pada peningkatan keterlibatan publik dalam kebijakan dan program pemerintah?

N : Untuk keterlibatan publik itu sebenarnya banyak sekali ya, bisa diambil contoh dalam proses seleksi calon anggota komisi informasi itu, dimana masyarakat bisa turut serta dalam memberikan masukan terkait peserta yang ikut. Selain itu, keterlibatan publik itu sebenarnya cukup banyak membantu pekerjaan pemerintah, misal pemerintah memberlakukan program pasar murah dalam rangka menekan inflasi, nah publik itu turut meramaikan program tersebut, selain itu juga ketika ada bencana atau musibah, publik secara aktif juga membantu menyalurkan bantuan dari pemerintah.

P : Apakah informasi-informasi yang ada di Instagram @diskominfokaltara sudah berbasis fakta, data dan *updating*?

N : Ya jelas dong. Kalau tidak berbasis fakta dan data lalu apa yang mendasari informasi yang kita publikasikan untuk masyarakat. Tidak mungkin kan mengarang bebas, hahaha. Kalau untuk memperkuat fakta dan data itu biasanya setelah peliputan kegiatan tertentu kita juga melakukan wawancara lagi kepada pihak terkait sehingga informasi yang kita publikasi itu semakin lebih valid lagi data-datanya, begitu.

P : Apakah @diskominfokaltara memberitakan informasi secara proporsional tanpa adanya sikap ofensif dan defensif?

N : Pasti ya. Sebagai perangkat daerah yang memiliki tugas untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait program dan kebijakan pemerintah sudah pasti harus bersifat netral. Contohnya ketika ada komplain terhadap suatu informasi, @diskominfokaltara pasti aka menanggapi entah

akan merespon secara personal atau jika informasi tersebut berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas maka akan dibuatkan informasi lanjutan, begitu kira-kira.

P : Baik pak, sudah cukup wawancaranya. Terima kasih banyak ya pak atas waktunya dan kesediaannya untuk diwawancarai. Mohon maaf sekali telah mengganggu waktu sibuk bapak di akhir tahun, hehehe.

N : Hahahha, tidak apa-apa Gea, cepat selesaikan ya tugas skripsinya. Sukses selalu ya, Gea.

P : Siap pak, terima kasih pak, selamat pagi.

