

LAMPIRAN

Lampiran Hasil Wawancara

Narasumber : Ghani Affan (Staff Media Sosial Instagram @dpukotasemarang)

Hari / Tanggal : Kamis, 17 November 2022

Tempat : Kantor DPU kota Semarang

Pukul : 9.30 WIB

Daftar Pertanyaan

1. Apa yang menjadi misi dan visi dari Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang?

Visi : “Terwujudnya kota Semarang yang SEMAKIN HEBAT berlandaskan PANCASILA dalam bingkai NKRI yang Ber-Bhineka Tunggal Ika”.

Misi : “ Mewujudkan Infrastruktur Berkualitas yang Berwawasan Lingkungan Untuk mendukung Kemajuan Kota”.

2. Apa saja kegiatan pembangunan dari Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang?

Kegiatan bina marga, sumber daya air, cipta karya, tata ruang dan tata kota, pertamanan dan persampahan serta jasa konstruksi berdasarkan kebijakan umum yang ditetapkan oleh Walikota sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

3. Siapa saja yang dapat ikut terlibat dalam kegiatan pembangunan?

Kepala bidang setelah itu ke bagian staff lanjut ke mandor

Medsos : laporan dari masyarakat setelah itu di laporkan ke kepala bidang untuk di tindak lanjutin ke mandor

4. Bagaimana cara strategi Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang mengajak masyarakat untuk dapat berpartisipasi dalam meramaikan instagram @dpukotasemarang?

1. Kami membuat konten promosi dengan menggait influencer sebagai pendekatan komunikasi ke masyarakat sekaligus daya tarik juga.

2. Lalu kami membuat caption yang dapat membuat followers tertarik membaca dan mengerti mengenai penambalan jalan, pembersihan saluran, pemeliharaan pedestrian, dll.

3. Menyematkan link sosmed di seluruh website DPU kota Semarang

4. Merespon secara cepat apa saja pertanyaan dan keluhan masyarakat, contohnya : penanganan aduan masyarakat tentang pembangunan yang harus segera di tindak lanjuti.

5. Apakah Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang menggunakan sarana media sosial untuk menyampaikan pesan kegiatan pembangunan? Jika iya sebutkan media sosial apa saja yang digunakan?

Kami menggunakan media sosial *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* tetapi kami lebih aktif menggunakan *Instagram* sebagai sarana penyampaian pesan perihal pembangunan untuk menjangkau ke masyarakat yang ada di kota Semarang.

6. Sejak kapan Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang memanfaatkan media sosial tersebut?

Awal kami membuat Instagram dan Facebook 2016, setelah perjalanan waktu Instagram kami di hack oleh seseorang dengan jumlah followers 15 ribu, lalu kami membuat lagi di pertengahan tahun 2021.

7. Berasal darimanakah sumber informasi yang diberikan?

Laporan aduan masyarakat melalui pesan media sosial, kegiatan rutin, pekerjaan lelang, swakelola. Setiap harinya kami mendapatkan 30 laporan melalui media sosial.

8. Mengapa memilih media sosial *Instagram* untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat?

Kami menggunakan Instagram di karenakan fitur-fiturnya menunjang untuk penyebarluasan informasi lalu disisi lain Instagram digunakan untuk menjangkau kalangan anak muda juga dan pada intinya untuk memperluas ke semua kalangan.

9. Pesan apa saja yang disampaikan melalui media sosial tersebut?

Informasi atau isi konten yang diberikan fokus ke edukasi dan deskriptif tentang kegiatan yang pembangunan dan pembenahan yang dilakukan DPU kota Semarang

10. Setiap kapan pesan tersebut di upload di media sosial?

Sehari 4x dari pagi jam 9, siang jam 1, sore jam 4, malam jam 8. Jam 09.00 (disela-sela bekerja, sebagian orang terkadang bosan dan tertuju untuk membuka instagram hanya untuk melihat postingan/story dari orang yang mereka ikuti) Jam 12.00-13.00 (karena banyak orang yang tidak sedang melakukan aktivitasnya seperti bekerja) Jam 16.00-17.00

(dikarenakan banyak masyarakat yang telah pulang kerja dan rehat untuk membuka sosial media) Jam 20.00 (sebagian masyarakat, biasanya sebelum tidur membuka hp dan melihat WA, sosmed dll).

11. Bagaimana feedback yang diperoleh dari masyarakat (follower) atas pesan yang disampaikan?

Feedback yang didapat dari postingan story informasi perihal pengerjaan tetapi kadang ada laporan lanjutan setelah uploadnya story di *Instagram*, ada laporan buruk juga dan mengkritik perihal postif dan negatif kinerja DPU.

12. Apakah follower dengan cepat memberikan tanggapan atas pesan yang diupload oleh Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang melalui media sosial?

Cepat atau lambat tergantung dari informasi yang viral atau engga, respon dari masyarakat cepat dikarenakan informasi yang diberikan selalu up to date. Cara masyarakat dalam memberikan respon pada unggahan informasi yang dilakukan oleh DPU yaitu dengan menyukai dan mengomentari setiap postingan foto atau video.

13. Apakah pihak Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang juga senantiasa aktif untuk membalas pesan atau feedback dari masyarakat (follower) yang tertarik dengan pesan yang disampaikan?

Selalu Aktif, dikarenakan kami memang diharuskan tanggap dalam menanggapi pesan tersebut, terkadang ada laporan aduan masyarakat yang mendadak di luar jam kerja.

14. Apakah dengan memanfaatkan media sosial, pesan pembangunan dapat cepat sampai kepada masyarakat (followernya)?

Iya, karena masyarakat juga antusias dalam mendapatkan informasi pembangunan.

15. Apakah Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang mempunyai petugas admin khusus untuk memaintenance media sosial? Jika mempunyai, apa saja yang menjadi tugas dari petugas tersebut?

Admin hanya 1, admin disini mempunyai jobdesk membalas perihal masukkan laporan dari masyarakat. Kalau komen ada 2, bahan konten dari pengerjaan mandor ke kepala bagian terus ke admin.

16. Selain menggunakan media sosial, apakah juga menggunakan media offline dalam menyampaikan pesan pembangunan?

Tidak, dikarenakan jika kami menggunakan media offline pesan yang disampaikan hanya sebatas satu arah saja.

17. Bagaimana perbandingan pemanfaatan media instagram terhadap tujuan dari dpukotasemarang?

Perbandingannya dulu tidak seramai sekarang dikarenakan sekarang masyarakat sudah banyak dalam menggunakan media sosial sehingga aduan masyarakat melalui media sosial menjadi lebih banyak.

18. Apakah pemanfaatan media sosial tersebut sudah dapat memberikan dampak masyarakat terutama yang menjadi follower untuk mendukung kegiatan pembangunan?

Sudah, dikarenakan sekarang kebanyakan masyarakat sudah menggunakan media sosial, sehingga mereka dapat melihat hasil dari kinerja DPU dan masyarakat atau followers bisa memberikan berupa laporan melalui media sosial.

19. Apa saja faktor penghambat dalam penggunaan media sosial?

Biasanya yang kami temui adalah detail lokasi, dikarenakan aduan dari masyarakat detail lokasi kurang jelas, dan tidak menyertakan pengerjaan detail dilokasi, sehingga kami harus menanyakan lagi perihal lokasi sampai jelas.

20. Jika terdapat hambatan, bagaimana pihak Dinas Pekerjaan Umum kota Semarang mengatasi hambatan tersebut?

Kami biasanya meminta verifikasi terhadap detail foto dan via google maps ke masyarakat perihal laporan atau aduan jika ada informasi yang kurang jelas.

21. Apa saja faktor pendukung dalam pemanfaatan media sosial sebagai media informasi pembangunan?

Konten promosi dan aduan dari laporan masyarakat. Untuk masyarakat peduli terhadap kinerja pemerintah perihal pembangunan pembangunan di semarang terlihat maju.

22. Apakah pihak @dpukotasemarang mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda-beda ? (bahasanya apa? Santai ?)

DPU Formal, sopan dan santun.

23. Jika bahasa yang digunakan adalah bahasa santai apakah semakin banyak feedback ?

Dikarenakan DPU merupakan instansi yang formal menjadi kedekatan dengan masyarakat kurang..

24. Apakah dalam menggunakan instagram @dpukotasemarang menggunakan kreativitas dari admin?

Tidak, Kami kerap menggunakan template yang sudah di sesuaikan oleh tim promosi sebagai acuan dalam pembuatan konten.

25. Apakah ada pendekatan interaksi sosial melalui video(vlog/dialog)?

Ada, yang kami lakukan membuat konten promosi berupa video dialog. Dalam konten tersebut kami menggunakan influencer Semarang yang memiliki followers atau pengikut lebih dari 10 ribu. Penggunaan selebgram tersebut berfungsi sebagai penyalur informasi mengenai hasil dari pembangunan atau perbaikan yang di lakukan oleh DPU. Penggunaan influencer pada konten Promosi tersebut berguna untuk informasi merata ke kalangan masyarakat .

26. Fitur-fitur di instagram apa saja yang dipakai oleh DPU untuk membagikan informasi?

Hampir semua fitur di instagram kami gunakan contohnya seperti, hastag #DPUkotasemarang #laporminpu. Tagar tersbut kami cantumkan di setiap postingan foto atau video yang kami unggah pada instagram DPU, gunanya untuk mempermudah pencarian terhadap informasi yang kami unggah pada media sosial. Lalu ada fitur Mention yang fungsinya untuk

melakukan interaksi terhadap masyarakat yang melakukan pengaduan yang melalui fitur komentar. Selain itu untuk melakukan interaksi serta penyebaran informasi kami menggunakan fitur DM(*Direct Message*) untuk merespon laporan aduan masyarakat atau pertanyaan seputar pekerjaan DPU. Lalu melalui unggahan konten berupa foto atau video yang kami lakukan melalui fitur instastory, reels dan feeds, melalui ketiga fitur tersebut biasanya kami memberikan caption / keterangan berupa informasi kegiatan yang kami lakukan tiap harinya.

Instastory: untuk menghighlight konten yang bersifat urgent dan berita terbaru.

Reels: untuk upload konten yang dapat dijangkau semua pengguna instagram

Feed: kami design sesuai dengan branding DPU agar terlihat menarik dan rapi.

Setelah itu meneruskan konten mengenai pemberitahuan kepada akun media sosial seperti @hendrarpriyadi, @mbakkitasmg, @iswaminuddin, dan akun informasi seputar kota semarang, misalnya: penutupan jalan karena adanya pekerjaan peningkatan saluran, pengecoran jalan, dll.

27. Adakah peraturan daerah yang mengharuskan untuk mensosialisasikan perihal informasi pekerjaan instansi?

Ada, peraturan tersebut dapat di akses pada peraturan.bpk.go.id

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/213358/perwali-kota-semarang-no-25-tahun-2022>

28. Apa yang melatar belakangi Dinas Pekerjaan Umum menggunakan instagram sebagai media informasi pembangunan?

Instagram punya banyak fitur-fitur yang mendukung untuk meyalurkan sebuah informasi tentang kinerja pemerintahan dan banyak macam-macam kegiatan yang dilakukan oleh DPU. @dpukotasemarang ini bertujuan untuk menginformasikan atau menyalurkan konten kegiatan yang dilakukan yang bertujuan sebagai fasilitas untuk orang-orang dapat mendapatkan informasi kegiatan yang dilakukan oleh DPU Kota Semarang. Karena di masa modern seperti ini semua orang telah memiliki akun media sosial.

29. Apakah dpu mempunyai konten dalam pendekatan ke masyarakat? Kalau ada itu kontennya apa dan isinya apa?

Ada, kami membuat seperti konten yang bersifat menginformasikan untuk masyarakat. Contohnya: penutupan jalan, pengecoran jalan, dll.

30. Apakah Dpu menggunakan variasi bahasa sebagai penggunaan kata yang menunjukkan kemampuan dalam memahami sesuatu, misalnya dalam penyampaian ide-ide atau konsep melalui simbol? Contoh seperti pembuatan konten melalui pendekatan masyarakat (kalau ada itu jelaskan)

Kami selalu menggunakan penyampaian dengan bahasa formal namun tidak baku, di karenakan kami memprioritaskan masyarakat terhadap kenyamanan dalam berkomunikasi terhadap penyampaian keluhan atas laporan.

31. Simbol yang biasa di gunakan DPU kota Semarang adalah?

Kami menambahkan berupa emoji dua telapak tangan menempel sebagai simbol pendukung atau penunjang perkataan permohonan maaf dan terimakasih jika ada laporan dari masyarakat atas ajuan informasi yang diberikan.

32. Apakah saat membuat konten, admin mempertimbangkan perasaan / emosi dari user/follower?

Semejak kami menggunakan media sosial Instagram, masyarakat lebih sering menyampaikan keluhan mereka. Cara kami menanggapi keluhan tersebut adalah dengan merespon komentar atau pesan yang dikirim oleh masyarakat pada media sosial. Perasaan yang kami salurkan dalam bentuk tulisan tersebut bertujuan untuk membuat masyarakat merasa didengar oleh pihak DPU kota Semarang. Selain itu untuk menunjukkan emosi kami juga memberikan aksi atau tindakan bentuk nyata agar masyarakat dapat langsung merasakan pembangunan yang dilakukan oleh DPU kota Semarang.

33. Apakah Dpu menggunakan fitur instagram bisnis untuk mengecek insight di instagram? Jika iya apakah fitur itu pemanfaatannya digunakan sebagai apa dan berdampak apa bagi DPU perihal instagram?

Dinas Pekerjaan Umum menggunakan fitur bisnis dalam mengecek insight yang digunakan untuk melihat jangkauan konten postingan tertentu. Dampaknya kita menjadi tahu konten seperti apa yang menjadi daya tarik masyarakat dan juga dapat mengetahui fluktuasi interaksi dari masyarakat.

34. Apakah menurut DPU kota Semarang media sosial Instagram sudah memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat ?

Iya menurut kami media sosial instagram memiliki potensi penyebaran informasi yang cukup luas karena sekarang hampir semua orang mengaskes informasi melalui media sosial, selain itu instagram juga memiliki fitur bagikan yang dapat digunakan untuk membagikan informasi kepada orang lain yang tidak menggunakan media sosial instagram.



PAPER NAME

TA-15.M1.0065.docx

WORD COUNT

6591 Words

CHARACTER COUNT

43661 Characters

PAGE COUNT

47 Pages

FILE SIZE

87.8KB

SUBMISSION DATE

Dec 15, 2022 11:49 AM GMT+7

REPORT DATE

Dec 15, 2022 11:50 AM GMT+7



● **19% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 19% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 13% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks

Summary