

## DAFTAR PUSTAKA

### **BUKU:**

Djurotu, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Ginting, Rahmanita. 2021. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*.

Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Surya

Liliweri, Alo. 2017. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Perdana Media.

Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.

Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung

Rulsan, Rosady. 2013. *Metode penelitian public relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suprato, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress.

### **JURNAL ONLINE:**

Astriani, Rinam Eka, Sendi. 2022. *The Effect of Using Instagram Social Media on followers information Requirements in Following Accounts @Folkative*.

Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan: Universitas Gunadarma. Vol 1

No.1 Hal 01-09

<https://journal.admi.or.id/index.php/JUSHPEN/article/view/83/75> (diakses pada tanggal 03 Oktober 2022)

D. Alita, S. Priyanta, and N. Rokhman. 2019. *Studi Analisis Pemikiran Ulama Mui Jawa Tengah Tentang Royalti, Zakat*. Journal of Chemical Information, Vol.53 No. 9. [https://repository.uin-suska.ac.id/12497/7/7.%20BAB%20II\\_2018160ADN.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/12497/7/7.%20BAB%20II_2018160ADN.pdf) (diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 01.24)

Dewantari, Tiara Syabanira. 2020. *Meninjau Ulang Karakteristik Media Di Era Digital Berdasarkan Konsep Hot & Cool Media Marshall McLuhan*, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang Hal 1–8  
<https://kc.umn.ac.id/13379/> (diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 03.21)

Ferbita, L V, P M Yusup, dan H Hafiar. 2022. *Pengelolaan Media Sosial Instagram Dan Twitter@ Lipiindonesia Sebagai Media Komunikasi Hasil Riset*, JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek. Vol 5 No. 2. Hal 156–72  
<https://www.e-journal.umc.ac.id/index.php/jike/article/view/2599> (diakses pada tanggal 21 November 2022 pukul 01.00)

Hadi, Samasno. 2016. *Pemeriksaan Keabsahan data Penelitian Kualitatif pada Skripsi*, Jurnal Ilmu Pendidikan. No 1 Hal 74-79.  
<https://media.neliti.com/media/publications/109874-ID-pemeriksaan-keabsahan-data-penelitian-ku.pdf> (diakses pada tanggal 03 Oktober 2022)

Kartikawati, Dwi. *Film Sebagai media Kampanye Komunikasi Sosial Peduli Kanker (studi pada film I Am hope)*. 2017. Universitas Nasional. Hal 170-189  
<http://repository.unas.ac.id/645/1/rev2-buku-3-ok%20%281%29.pdf> (diakses pada tanggal 25 Januari 2022)

Kartikawati, D., Andini MT. 2022. Strages of Communication Strategy fot the innovation of Waste Bank Movement by the Mat Peci Community of Jakarta. *Italie Nisch*. 12(2). 488-496.  
<https://www.italienisch.nl/index.php/VerlagSauerlander/article/view/360>  
(diakses pada tanggal 06 Febuari 2022)

Kustiawan, Winda, dkk. 2022. *Komunikasi Massa*. Universitas Islam Sumatera Utara.  
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/viewFile/11923/5451> Vol 11 No. 1 (diakses pada tanggal 11 Oktober 2022)

Listianingsih, Ria. 2022. *Strategi Komuniaksi melalui media sosuak instaragram dalam memberkan informasi kepada mahsiswa*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media social*. Vol.2 No 1  
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1309> Hal 11-13 (diakses pada tanggal 03 Oktober 2022)

Nursiwan, Arli, dan Rinawati. 2022. *Pengelolaan Media Sosial Instagram Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan HAM Jawa Barat Dalam Memenuhi Informasi Publik*. Bandung Conference Series: Communication Management. Vol 2 No.1 . Hal 113–19 <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.723> (diakses pada tanggal 21 November 2020 pukul 01.14)

Situmeang, Ilona Vecenovie. 2020. *Pengaruh Kampanye #pantangplastik Terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)*. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* Vol.9 No.1  
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/2387> (diakses pada tanggal 19 November 2022)

Permana, Putri Wike Fitria. 2020. *Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @Makanpakereceh Dalam Penyebaran Informasi Kuliner*. Hal 10–34

<https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3517/> (diakses pada tanggal 21 November 2022 pukul 11.35)

Yuni. 2011. Pengaruh Kebutuhan Informasi Dalam Pencarian Informasi. hal 22–39. file:///C:/Users/USER/Downloads/informasi.pdf. (diakses pada tanggal 21 November 2022 pukul 11.35)

### **SKRIPSI:**

Fatkhurrozaq. 2020. *PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA DI KECAMATAN SELO BOYOLALI (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Admin Akun @Expolre.selo.*

<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/86894> (diakses pada tanggal 21 November 2022 pukul 00.35)

Najiyuddin, Muhammad. 2019. *Strategi Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Di Perpustakaan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia.* Jakarta: Universitas Islam Negeri. Hal 1–136

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/45862> (diakses pada tanggal 21 November 2022 pukul 01.00)

Nasyroh, Fitri Alam. 2020. *Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo.* Institut Agama Islam Negeri

<http://etheses.iainponorogo.ac.id/12061/1/FITRI%20ALAM%20N%2021101641.pdf> diakses pada tanggal 21 November 2020 pukul 00.13)

### **WEBSITE:**

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor. <https://kominfo.kotabogor.go.id/>.

(Diakses pada tanggal 12-15 Januari 2022)

Dwi, Sinta. 2019. *Ekologi Media*. Universitas Stekom Pusat.

[https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Ekologi\\_media](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Ekologi_media) (diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 04.26)

Novia, Jessica. 2022. *Teori Ekologi Media: Pengertian dan Asumsi*.

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/05/18/200000769/teori-ekologi-media--pengertian-dan-asumsi?page=all> (diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 04.10)

We Are social. 2022. *Pengguna data internet dan media social*.

<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses pada tanggal 03 Oktober 2022 pukul 20:13.





## LAMPIRAN TURNITIN

tahap 2

### ORIGINALITY REPORT

**16%**

SIMILARITY INDEX

**15%**

INTERNET SOURCES

**4%**

PUBLICATIONS

**%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://kominfo.kotabogor.go.id">kominfo.kotabogor.go.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://jdih.kotabogor.go.id">jdih.kotabogor.go.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://journal.admi.or.id">journal.admi.or.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://proceedings.unisba.ac.id">proceedings.unisba.ac.id</a> Internet Source	<1%



**UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIK**

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara, S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi  
Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id>, E-mail : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

**PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Tari Aldayani  
Nomor Pokok : 193516516254  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian Mendampingi
- o mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian Mengarahkan/membimbing
- o mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022 Dekan,



**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

*Lampiran 1 Penugasan Pembimbing Skripsi*



## LAMPIRAN 2 KETERSEDIAN PEMBIMBING



### UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),  
Fax. 7802718-7802719 <http://www.unas.ac.id>, E-mail : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

Jakarta, 26 September 2022

Nomor : 101 /IK/IX/2022

Lamp : -

Hal : *Kesediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.

**Bapak/Ibu Dr. Dwi Kartikawati, M.Si**

**Dosen Prodi Ilmu Komunikasi**

Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Ganjil 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Tari Aldayani  
NPM : 193516516254  
Konsentrasi : Jurnalistik  
Judul Proposal Skripsi : PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
KOMINFO KOTA BOGOR DALAM MEMENUHI  
KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak Bersedia\**  
Sebagai Pembimbing,

**Dr. Dwi Kartikawati, M.Si**

\* coret yang tidak perlu



Program Studi Ilmu Komunikasi  
Ketua,

**Drs. Adi Prakosa, M.Si**

### LAMPIRAN 3 SURAT IZIN PENELITIAN



## UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520  
Telp. (021) 70737624, 7806700 Exl.146, Fax. 7802718-7802719  
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

Jakarta, 21 Oktober 2022

Nomor : 831/WD/X/2022  
Lamp : -  
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi Data**

Kepada Yth : Bapak/Ibu Pimpinan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor  
Jl. Ir.H. Juanda No. 10, Pabaton, Bogor Tengah, Kota Bogor

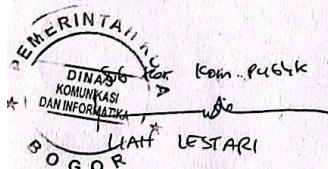
Dengan Hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa berikut ini:

Nama : Tari Aldayani  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516254  
Semester : 7 (Tujuh) / Ganjil T.A 2022-2023  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik  
Alamat Rumah : Lingkungan 02 Citatah Dalam Rt.01 Rw.06 No. 117,  
Kel. Ciriung, Kec. Cibinong, Bogor, Jawa Barat  
No. Telepon : 081574376855  
Email : [tarialdayani14@gmail.com](mailto:tarialdayani14@gmail.com)

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : "Pemanfaatan Akun Instagram @kominfobogor Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Pada Akun Instagram Diskominfo Bogor)", dengan Dosen pembimbing/penanggung jawab penelitian : Dr. Dwi Kartikawati, M.Si. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.



Hormat Kami,  
Wakil Dekan  
  
Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si.

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

**LAMPIRAN 4 PEDOMAN WAWANCARA**  
**Pengelolaan Media Sosial Instagram Kominfo Kota Bogor**  
**Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Followers**

Informan 1

Nama : Liah Lestari, S.Stat.

Jabatan : Kasi Pengelolaan Komunikasi Publik

- **Umum**

1. Sejak kapan diskominfo kota menggunakan Instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi?

- **Perencanaan, Pengorganisasian, Pengerakan, Pengawasan**

2. Bagaimana proses perencanaan konten sosial media Instagram ini?
3. Bagaimana cara mengemas konten atau informasi yang baik dan mudah dipahami oleh followers agar dapat memenuhi kebutuhan informasi?
4. Kendala apa saja yang pernah dialami selama mengelola media sosial Instagram ini?
5. Apakah masih ada hal yang perlu diperbaiki dari pengelolaan media sosial Instagram diskominfo kota bogor ini?
6. Apakah ada evaluasi khusus setiap harinya mengenai konten atau informasi yang dibuta dengan respon kurang aktif dari followers?

- **Context**

7. Mengapa diskominfo kota bogor menggunakan media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi?

- **Comunication**

8. apakah konten atau informasi yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan informasi followers?

- **Collaboration**

9. Bagaimana cara diskominfo kota bogor membangun hubungan dengan followers?
10. Bagaimana untuk mengetahui bahwa pesan atau informasi yang telah disebarkan tersampaikan dengan baik?

- **Connection**

11. Bagaimana cara diskominfo kota bogor menciptakan informasi atau konten yang baru untuk memenuhi kebutuhan informasi followers?
12. Informasi apa saja yang telah dibuat?



## PEDOMAN WAWANCARA

### Pengelolaan Media Sosial Instagram Kominfo Kota Bogor

#### Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Followers

Informan 1

Nama : Rama Adhika Yoga

Jabatan : Admin Instagram Diskominfo kota bogor

- **Context**

1. Apa saja Isi dari akun Instagram diskominfo kota bogor?
2. Berasal dari manakah sumber informasi yang diberikan diskominfo kota bogor melalui Instagram?
3. Bagaimana Penyampaian pesan dalam akun Instagram diskominfo kota bogor?
4. Apakah akun Instagram ini aktif setiap harinya?

- **Communication**

5. Bagaimana respon followers terhadap konten atau informasi yang di unggah?
6. apakah ada ketentuan khusus untuk mengunggah sebuah informasi atau konten seperti waktu unggah?
7. apakah ada ketentuan khusus seperti tema yang harus dibuat dalam memberikan informasi konten setiap minggunya?

- **Collaboration**

8. Bagaimana cara anda merespon tanggapan para followers?

- **Connection**

9. Apakah Instagram Dikominfo menggunakan bahasa symbol seperti, gambar, emoticon dll?
10. Fitur di Instagram apa yang sangat membantu dalam menggunakan Instagram ini?



## PEDOMAN WAWANCARA

### Pengelolaan Media Sosial Instagram Kominfo Kota Bogor

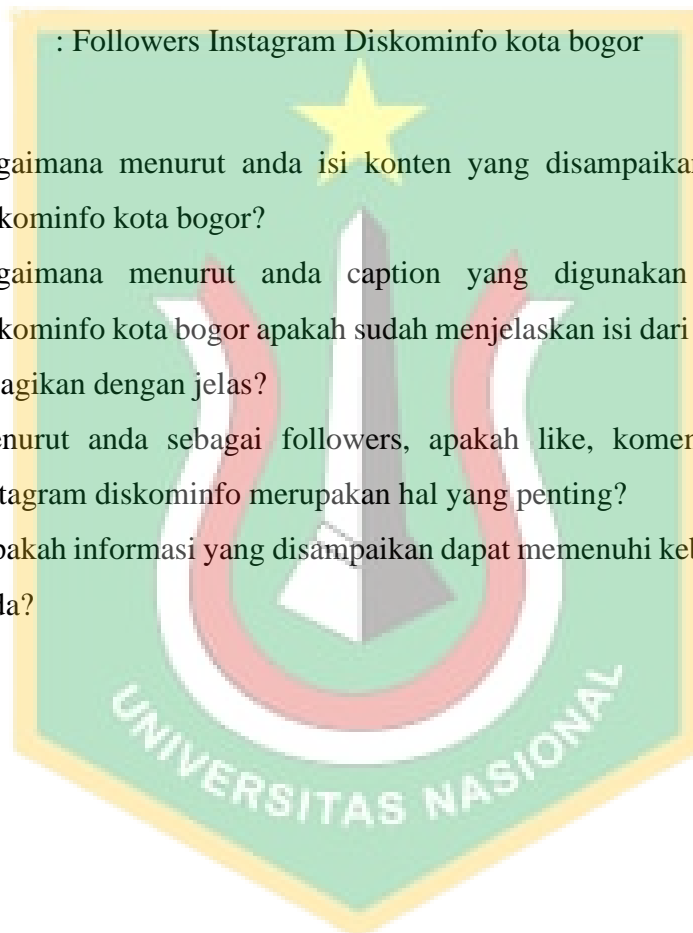
#### Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Followers

Informan 1

Nama : Pramesti Krisna Kandi & Nabila Nahda

Jabatan : Followers Instagram Diskominfo kota bogor

1. Bagaimana menurut anda isi konten yang disampaikan oleh Instagram diskominfo kota bogor?
2. Bagaimana menurut anda caption yang digunakan oleh Instagram diskominfo kota bogor apakah sudah menjelaskan isi dari gambar/info yang dibagikan dengan jelas?
3. Menurut anda sebagai followers, apakah like, komen pada postingan Instagram diskominfo merupakan hal yang penting?
4. Apakah informasi yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?



## LAMPIRAN 5 TRANSKRIP WAWANCARA KEY INFORMAN

Narasumber : Liah Lestari, S.Stat.  
 Profesi : Kasi Pengelolaan Komunikasi Publik  
 Lokasi : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor, pada tanggal 8 Desember 2022 jam 13.00 WIB

Interviewer & Coder : Tari Aldayani

P : Pewawancara

N : Narasumber

No.	Transkrip	Intisari
1.	<p>P: Sebelumnya boleh perkenalkan diri terlebih dahulu sudah berapa lama kerja disini dan menjabat sebagai apa?</p> <p>N: Perkenalkan nama saya Liah Lestari di bidang IKP (Informasi Komunikasi Publik) pada Diskominfo Kota Bogor, sedangkan jabatan fungsional saya itu Pranata Ahli Humas Muda. Sudah bekerja disini kurang lebih 5 tahun</p>	Perkenalan diri informan
2.	<p>P: Apakah disini ada tim khusus untuk pengorganisasian, perencanaan?</p> <p>N: Secara umum, diperangkat daerah pengorganisasian itu ada bagian sendiri, itu memang mengampu aturan-aturan pada organisasi-organisasi (perangkat daerah), kalo di dinas sendiri di pegangnya oleh sekretariat di perangkat daerah.</p>	Tim khusus pengorganisasian



3.	<p>P: Bagaimana proses perencanaan konten di media sosial Instagram ini?</p> <p>N: Pada awalnya kita memang membentuk satu tim, tim itu terdiri dari tim liput, tim desain, tim monitoring. Kemudian karna kita ada radio yang berbasis chanel kita juga tim video, kita bentuk tim-tim tersebut setiap minggu kita membuat time table. Time table itu berisi konten-konten yang akan di posting di media sosial satu minggu kedepan juga menjadi acuan kita, selain itu kita juga membuat konten internal. Kegiatan-kegiatan internal itu biasanya setiap minggu kita mengeluarkan time table kemudian tiap bulan atau sebulan sekali itu kita melakukan rapat evaluasi dan juga mengeluarkan monitoring-monitoring terkait perkembangan di media sosial misalnya engagementnya, penambahan followers nya, dan lain-lain.</p>	<p>Proses perencanaan konten mulai dari membentuk tim liput, tim desain dan tim monitoring. Membuat tim table yang berisi konten-konten satu minggu kedepan.</p>
4.	<p>P: Bagaimana cara mengemas konten atau informasi yang baik dan mudah dipahami oleh followers agar dapat memenuhi kebutuhan informasi?</p> <p>N: Kalo konten itu ga semuanya sama, kadang-kadang yang biasa-biasa aja tapi insight nya bagus, kalo di kita biasanya karna sudah ada berpatokan pengen nya seperti yang kita ketahui kalo media sosial itu kan bermainnya visual, tapi kita kadang masih naik turun juga. Kadang-kadang masih ada grafis-grafis yang banyak tulisan karna in ikan ide ya biasanya mentok juga kadang-kadang. Terus biasanya juga</p>	<p>Mengemas konten dengan grafis yang menarik</p>

	<p>banyak grafisnya. Tapi yang kita pengenin kebanyakan grafis nya sehingga masyarakat tuh ga bosan liat tulisan terus.</p>	
5.	<p>P: Kendala apa saja yang pernah di alami selama mengelola media sosial Instagram ini?</p> <p>N: Pasti ya banyak kendala nya, karna ini kan kayanya ilmunya tuh yang ga terus menerus berubah ya, terus emang dalam bermedia sosial tuh satu harus konsisten, kedua harus berkolaborasi dalam mengelola. Karna di kominfo ini kita mengang dua akun yaitu akun pemkot dan akun diskominfo sendiri itu juga jadi satu kendala, walaupun sudah bisa kita atasi ya, yang kedua itu padatnya kegiatan itu juga kadang jadi tumpang tindih antara konten satu dengan konten yang lain.</p>	<p>Kendala antara konten yang satu dengan konten yang lain</p>
6.	<p>P: Apakah konten atau informasi yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan informasi followers</p> <p>N: Kalo untuk media sosial Instagram saya rasa sudah sesuai karna kita tentu merujuknya pada tupoksi dari kominfo itu sendiri selain itu kita juga mengangkat kegiatan-kegiatan internal dari perangkat daerah, jadi saya pikir sudah sesuai karna tugas kita sebagai humas itu mensosialisasikan kebijakan, perencanaan kerja itu sudah tersosialisasikan semua, capaian dan juga kegiatan-kegiatan itu semua nya sudah diakomodir di media sosial kita.</p>	<p>Konten atau informasi yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan informasi followers karna merujuk pada tupoksi dari kominfo.</p>

7.	<p>P: Bagaimana cara diskominfo kota bogor membangun hubungan dengan followers?</p> <p>N: Sebenarnya kalo membangun hubungan dengan followers itu kita menggunakan konten walaupun pun kalo konten diskominfo ini tentu tidak semenarik dengan konten-konten selebragram lainnya. Contoh bunda corla yang sekarang lagi booming, tujuan kita menggunakan Instagram ini untuk cara kita berkomunikasi dengan masyarakat secara massif, luas, walaupun kenyataannya tidak sebanyak itu juga yang ngikutin tapi ya yang penting kita sudah menjalankan tugas kita untuk menyampaikan informasi-informasi yang diperlukan. Dalam membangun hubungan biasanya kita menggali respon dari followers kita misal pertanyaan “kemana minggu ini” untuk meraih respon dari komentar-komentar.</p>	<p>Membangun hubungan dengan followers melalui konten dengan menggali respon dari konten yang diberikan.</p>
8.	<p>P: Apa saja isi dari akun Instagram diskominfo kota bogor?</p> <p>N: Kegiatan internal kominfo, teknologi, wisata-wisata kota bogor, infografis data covid, tips dan trik dll</p>	<p>Instagram kominfo berisi tentang kegiatan internal kominfo, teknologi, wisata kota bogor, infografis data covid dan tips and trik.</p>
9.	<p>P: Apakah masih ada hal yg perlu di perbaiki dari pengelolaan media sosial instagram diskominfo ini?</p> <p>N: Teknologi berkembang termasuk media informasi, pengelola medsos harus juga mengikuti perkembangan. Masih banyak hal yg</p>	<p>Hal yang di perbaiki pengelolaan harus mengikuti teknologi yang berkembang, manajemen agenda setting, monitoring</p>

	perlu diperbaiki salah satunya manajemen agenda setting, monitoring media sosial, kolaborasi dengan pihak-pihak terkait dll	media sosial dengan pihak-pihak terkait.
10.	<p>P: Apakah ada evaluasi khusus setiap harinya mengenai konten atau informasi yang dibuat dengan kurang aktifnya dari followers? kapan? dan siapa tanggung jawabnya?</p> <p>N: Untuk evaluasi dilaksanakan sebulan sekali, tanggung jawab sub koordinator komunikasi publik dan para mentor</p>	Evaluasi dilakukan sebulan sekali oleh sub koordinator komunikasi public dan para mentor.
11.	<p>P: bagaimana cara diskominfo menciptakan informasi atau konten yang baru untuk memenuhi kebutuhan informasi followers?</p> <p>N: Untuk menciptakan konten yang baru kita mengikuti banyak referensi terkait tupoksi dari komunikasi dan informatika, mempublish narasi tunggal dari pusat, membaca komentar, pesan dari followers</p>	Menciptakan dari banyak referensi, membaca komentar dan pesan dari followers

## LAMPIRAN 6 TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN UTAMA

Narasumber : Rama Andhika Yoga

Profesi : Admin Instagram Dinaskominfo Kota Bogor

Lokasi : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor, pada tanggal 8 Desember 2022 jam 14.00 WIB

Interviewer & Coder : Tari Aldayani

P : Pewawancara

N : Narasumber

No.	Transkrip	Intisari
1.	<p>P: Sebelumnya boleh perkenalkan diri kakak terlebih dahulu, sudah berapa lama kerja disini dan bagian apa?</p> <p>N: Perkenalkan nama saya rama sudah kerja disini hampir 3 tahun dibidang IKP (Informasi Komunikasi Publik) di seksi komunikasi public sebagai admin</p>	Pengenalan diri informan
2.	<p>P: Apa saja isi dari akun Instagram diskominfo kota bogor?</p> <p>N: Di akun Instagram kominfo ini isinya ada tema perharinya, misalnya senin nya tentang internal, selasa nya itu teknologi, rabu nya itu nyunda, sabtu minggu itu tema nya seru atau teka-teki dan itu berubah seiring waktu sih,intinya perhari nya itu ada tema. Kesimpulannya tematik.</p>	Ada tema di setiap harinya.

3.	<p>P: Berasal dari manakah sumber informasi yang diberikan diskominfo kota bogor melalui Instagram ini?</p> <p>N: Kita kiblatnya itu dari diskominfo jabar terus kemenkominfo dan itu ga jauh dari beberapa diskominfo yang lain pun kita saling mempelajari, oh ternyata akun kominfo yang sebelah itu konten abc. Kita ya ATS (amati,tiru, modifikasi) dan ga menutup kemungkinan juga mereka saling ngambil ide kita juga, jadi kita saling aja. Tapi, yang lebih pasti itu kiblatnya itu kemenkominfo sama diskominfo jabar.</p>	Sumbernya berasal dari kemenkominfo dan diskominfo jabar.
4.	<p>P: Apakah akun Instagram ini aktif setiap harinya?</p> <p>N: Aktif banget. Karena, postingan itu wajib 1 itu data covid yang ke 2 konten tematik tadi tergantung hari apa gitu</p>	Akun Instagram nya aktif setiap hari dengan konten yang sudah disuaikan setiap harinya.
5.	<p>P: Bagaimana respon followers terhadap konten atau informasi yang di unggah?</p> <p>N: Respon followers jadi kalo insight gede, kalo tema nya kena sesuai yang kita rencanakan itu pasti ada seperti teka-teki itu pasti ada yang jawab, kalopun ada kesalahan ngetik kadang di kritik juga kayak “min itu typo” umum aja sih kayak gitu.</p>	Stiap mengupload konten ada saja followers yang merespon
5.	<p>P: apakah ada ketentuan khusus untuk mengunggah sebuah informasi atau konten seperti waktu unggah?</p> <p>N: Kalo di pelajari dari dashboard instagam hasil dari evaluasi instagam per minggu nya itu</p>	Konten diupload pad jam pagi jam 9- 12, siang jam 2-4, malem jam 7 atau jam 8.

	<p>gimana, kalo jam tayang jam segini yang liat banyak kalo jam segini dikit yaudah berarti kesimpulannya kita harus ngepost di jam yang rata-rata viewer nya banyak gitu sesuai dengan analisis yang ada difitur, kalo pagi itu sekitar jam 9- 12, siang itu sekitar jam 2-4, kalo malem itu jam 7 atau jam 8.</p>	
6.	<p>P: Bagaimana cara admin merepon tanggapan dari followers?</p> <p>N: Kita itu pake bahasa asik soalnya kan akun diskominfo yang santai aja kalo ngerespon ke temen aja, bahkan kita juga suka komen di akun-akun lain.</p>	<p>Merespon followers menggunakan bahasa yang asik</p>
7.	<p>P: Apakah Instagram diskominfo ini menggunakan bahasa seperti symbol, gambar, emoji, dll?</p> <p>N: iyaa kita menggunakan umum sih kayak emot ketawa, nangis, dll.</p>	<p>Menggunakan emoji, symbol.</p>

## LAMPIRAN 7 TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 1

Narasumber : Pramesti Krisna Kandi

Profesi : Mahasiswa (Followers akun Instagram Diskominfo Kota Bogor)

Lokasi : Ling. 02 Citatah dalam RT 01/06 Ciriung, Cibinong. Pada tanggal 8 desember 2022 pukul 16.00 WIB

Interviewer & Coder : Tari Aldayani

P : Pewawancara

N : Narasumber

No.	Transkrip	Intisari
1.	<p>P: Sebelumnya boleh perkenalkan diri anda terlebih dahulu?</p> <p>N: Perkenalkan nama saya Pramesti Krisna Kandi, 22 tahun merupakan mahasiswi di Universitas Nasional dan memfollow akun Instagram Diskominfo Kota Bogor.</p>	Perkenalan diri informan
2.	<p>P: Bagaimana menurut anda apakah isi konten yang disampaikan oleh Instagram Diskominfo Kota Bogor dapat tersampaikan dengan baik?</p> <p>N: Menurut saya, konten yang disampaikan dinaskominfo sudah sangat tersampaikan dengan baik dan manarik, lalu saya lihat Instagram ini aktif setiap hari.</p>	Isi konten yang disampaikan sangat baik, menarik, dan akun Instagram aktif setiap hari



3.	<p>P: Bagaimana anda caption yang digunakan oleh Instagram Diskominfo Kota Bogor apakah sudah menjelaskan isi dari gambar/info yang dibagikan dengan jelas?</p> <p>N: Menurut saya sih, captions nya sudah cukup menjelaskan ya dari postingan-postingan yang ada dan juga cukup informatif.</p>	Caption sudah menjelaskan dan cukup informatif
4.	<p>P: Menurut anda sebagai followers, apakah like, komen pada postingan Instagram Diskominfo merupakan hal yang penting?</p> <p>N: Menurut saya sendiri like dan komen sendiri tidak telalu penting ya karna postingan dari kominfo itu sendiri sudah cukup menarik.</p>	Like dan komen tidak begitu penting
5.	<p>P: Apakah informasi yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?</p> <p>N: Untuk saya sendiri cukup memenuhi ya apalagi kan terdiri dari informasi yang singkat tetapi jelas</p>	Informasi yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan informasinya, karena singkat tetap jelas

## LAMPIRAN 8 TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG 2

Narasumber : Nabilla Nahda

Profesi : Mahasiswa (Followers akun Instagram Diskominfo Kota Bogor)

Lokasi : Universitas Nasional, Jl. Sawo Manila, Jl. Sawo Manila No.61, RW.7, Pejaten Bar., Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Interviewer & Coder : Tari Aldayani

P : Pewawancara

N : Narasumber

No.	Transkrip	Intisari
1.	<p>P: Sebelumnya boleh perkenalkan diri anda terlebih dahulu?</p> <p>N: Hallo. Perkenalkan nama saya Nabilla Nahda, mahasiswa Universitas Nasional tahun 2019 jurusan Ilmu komunikasi.</p>	Perkenalan diri informan
2.	<p>P: Bagaimana menurut anda apakah isi konten yang disampaikan oleh Instagram Diskominfo Kota Bogor dapat tersampaikan dengan baik?</p> <p>N: Untuk isi konten sendiri, diskominfo ini memberikan wadah informasi yang sudah cukup tersampaikan dengan baik terkait berita berita yang terjadi di kota Bogor, tips and trick, dan bahkan disetiap harinya diskominfo memberikan update-an terkait data covid</p>	Konten yang dibuat memerikan informasi yang berguna

3.	<p>P: Bagaimana anda caption yang digunakan oleh Instagram Diskominfo Kota Bogor apakah sudah menjelaskan isi dari gambar/info yang dibagikan dengan jelas?</p> <p>N: Jelas sekali. Dapat dilihat bahwa dalam caption tersebut bersangkutan, dan dapat dipahami. Lalu, caption pada postingan tersebut berkesan mengajak sehingga memungkinkan menarik followers untuk berinteraksi</p>	Caption yang disampaikan sangat jelas
4.	<p>P: Menurut anda sebagai followers, apakah like, komen pada postingan Instagram Diskominfo merupakan hal yang penting?</p> <p>N: Menurut saya sendiri penting, karena dengan banyak like atau komen dapat mempengaruhi ketertarikan masyarakat dalam melihat isi konten tersebut.</p>	Like dan komen adalah hal yang penting menjadi daya tarik tersendiri.
5.	<p>P: Apakah informasi yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan informasi anda?</p> <p>N: Tentu. Setiap konten yang ter-upload tentunya memiliki value, entah sebagai informasi, edukasi atau hiburan. Isi Konten Diskominfo ini dapat bermanfaat bagi saya serta followers lainnya, Terutama pada bagian data covid di kota Bogor, yang dimana bermanfaat untuk followers karena dapat mengetahui bagaimana perkembangan/update-an terkait kasus covid19</p>	Informasi yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan informasinya.

## LAMPIRAN 9 CATATAN OBSERVASI LAPANGAN

Penulis hanya melakukan observasi secara tidak langsung, yaitu dengan mengamati aktivitas melalui media sosial Instagram @kominfobogor. Observasi tidak langsung dilakukan 2 kali observasi, yaitu yang pertama pada hari Selasa 10 Desember 2022 dan Hari Kamis 12 Desember 2022.

Selasa, 10 Desember 2022	Catatan lapangan tidak langsung 1
	Pada hari selasa tanggal 10 Desember 2022, penulis mengamati Instagram nya @kominfobogor. penulis mengamati dari postingan-postingan yang diunggah kominfo dari postingan lama hingga postingan yang terbaru dan sudah berapa banyak postingan yang diunggah kominfo kota bogor. Penulis juga mengamati bagaimana kominfo kota bogor memanfaatkan dan juga menggunakan fitur-fitur yang ada Instagram seperti fitur IGTV.
Kamis, 12 Desember 2022	Catatan lapangan tidak langsung 1
	Pada hari kamis 12 Desember 2022, penulis melakukan pengamatan dimulai dari informasi apa saja yang sudah diunggah oleh kominfo kota bogor, penulis juga mengamati di waktu kapan saja kominfo mengunggah Instagram stories, penulis juga mengamati respon-repon yang diberikan oleh followers ketika konten atau postingan baru dengan cara melihat dari kolom komentarnya.

## LAMPIRAN 10 DOKUMENTASI



Dokumentasi Wawancara dengan Key Informan  
Liah Lestari, S.Stat Selaku Kasi Pengelolaan Komunikasi Publik  
(08 Desember 2022)



Dokumentasi Wawancara Infoman Utama  
Rama Adhika Yoga selaku Admin Instagram Dinas Kominfo Bogor  
(08 Desember 2022)



## LAMPIRAN 11 DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	: Tari Aldayani
NPM	: 193516516254
Tempat/Tanggal Lahir	: Bogor, 14 Maret 2001
Alamat	: Ling. 02 Citatah dalam RT01/06, Kel.Ciriung. Cibinong-Bogor
No. Handphone	: 0815-7437-6855
Email	: <a href="mailto:tarialdayani14@gmail.com">tarialdayani14@gmail.com</a>
Jenis Kelamin	: Perempuan
Hobi	: Membaca dan Fotografi
Pendidikan	: SDN Ciriung 01 SMP PGRI 1 Cibinong SMK Plus PGRI 1 Cibinong