

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, Hafied. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Edisi Ketiga*. Depok: Rajawali Pers.
- Emzir. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Enterprise, Jubilee. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hamidi. (2007). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Junaedi, Fajar. (2014). *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Luttrell, Regina. (2015). *Social Media : How to Engage, Share and Connect*. London: Rowman & Littlefield.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa: Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana.
- Situmeang, Ilona V.O. (2020). *Media Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Soedarsono, Dewi K. & Suparmo, Ludwig. (2020). *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model dan Aplikasinya Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tahrur, Houtman, Nasir. (2016). *Keterampilan Pers dan Jurnalistik Berwawasan Jender*. Yogyakarta: Deepublish.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Republik Indonesia. Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Diundangkan di Jakarta pada tanggal 30 April 2008. diakses pada https://eppid.kominfo.go.id/storage/uploads/1_9_2-Undang_Undang_Nomor_14_Tahun_2008.pdf.

Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Indonesia. Diterima dari Kementerian Komunikasi dan Informatika. Diakses pada https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/500/t/instruksi+presiden+nomor+9+tahun+2015+tanggal+25+juni+2015.

JURNAL DAN SKRIPSI

Amanda, R. (2021). Pemanfaatan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik (Studi Pada Akun Twitter@djplkemenhub151). *Widya Komunika*, 11(2), 13-29.

Baskara, T., & Rizki, M. F. (2019). Proses Publikasi Humas Badan Nasional Pengelola Perbatasan Pada Akun Media Sosial Instagram. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 19-26.

Gandini, N. (2019). Implementasi Smart Library Dalam Menghadapi Generasi Digital Native Di Perpustakaan Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat Dan Keperawatan Universitas Gadjah Mada. *Media Informasi*, 28(2), 167-178.

Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube di

- Kalangan Remaja). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Kartikawati, D., & Andini, M. T. (2022). Stages of Communication Strategy for the Innovation of the Waste Bank Movement by the Mat Peci Community of Jakarta. *ITALIENISCH*, 12(2), 488-496.
- Kartikawati, D. (2023). MOTIVES, STRATEGIES AND COMMUNICATION BEHAVIORS ON ADOLESCENT GIRLS' SELF-PRESENTATION ON INSTAGRAM. *The Seybold Report*, 18(04), 455-466.
- Meidiana, N., Toruan, R. R. M. L., Hamsinah, H., & Adhipoetra, R. (2022). Akun Instagram@ humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 119-132.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 01-10.
- Pratama, M. F. (2020). *Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Pratyaksa, I. G. T., & Putri, N. L. W. E. (2020). Peranan New Media Dalam Transformasi Fungsi Komunikator Dan Fungsi Konstruksi (Dramaturgy Akun Instagram Walikota Denpasar Rai Mantra Tahun 2019). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 92-103.
- Priliantini, A., Suwanto, K., & Sari, M. P. (2018). DISEMINASI INFORMASI PUBLIK OLEH HUMAS KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN REPUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PUBLIC AWARENESS. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(3), 116-126.
- Putra, A. (2017). Memperkuat Tata Kelola Transparansi Informasi Publik di Perguruan Tinggi. *INTEGRITAS: Jurnal Antikorupsi*, 3(1), 173.

Sarasati, A., & Dewi, R. (2022). Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram@ pupukujang Sebagai Media Komunikasi PT Pupuk Kujang Cikampek (Persero). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 785-803.

Septyami, D. E., & Zuhri, S. (2022). Pengelolaan Konten Media Sosial Intagram@ info_tuban dalam Peningkatan Pengikut. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 21-34.

Suawa, P. J., Pioh, N. R., & Waworundeng, W. (2021). Manajemen Pengelolaan Dana Revitalisasi Danau Tondano Oleh Pemerintah Kabupaten Minahasa (Studi Kasus Di Balai Wilayah Sungai Sulawesi). *GOVERNANCE*, 1(2).

Syaban, I., Mewengkang, N. N., & Golung, A. (2018). Peranan Penggunaan Website Sebagai Media Informasi Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara. *Acta Diurna Komunikasi*, 7(4).

WEBSITE

APJII. *Survei Penggunaan Internet di Indonesia 2023*. Diperoleh dari <https://apjii.or.id/survei>. Diakses pada Senin, 12 Juni 2023 pukul 15.12 WIB

DataboksKatadata. *Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia*. 2023. Diperoleh dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/30/media-sosial-sumber-informasi-utama-masyarakat-indonesia>. Diakses pada Senin, 12 Juni 2023 pukul 15:38 WIB.

DataReportal. *Media Sosial Paling Sering Digunakan di Indonesia 2023*. Diperoleh dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>. Diakses pada Rabu, 19 Juli 2023 pukul 10:11 WIB.

Indonesiabaik.id. Profil Indonesiabaik.id. Diperoleh dari <https://indonesiabaik.id/tentang> diakses pada tanggal 21 November 2022 pukul 15:10.

_____. Logo Indonesiabaik.id. Diperoleh dari <https://indonesiabaik.id/tentang/brand> diakses pada 15 Januari 2023 pukul 14:11 WIB.

KBBI Daring Kemdikbud. Arti Kata Penyebaran Diperoleh dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Penyebaran>. diakses pada 19 Juli 2023 Pukul 14:37.

Kominfo.go.id. Situs Ini Lahir karena 'Terinspirasi' Hoax. 2017. Diperoleh dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/9860/situs-ini-lahir-karena-terinspirasi-hoax/0/sorotan_media. Diakses pada 21 November 2022 pukul 15:23 WIB.

_____. Penghargaan WSIS Prizes 2018 Indonesiabaik.id https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/12794/siaran-pers-no-78hmkominfo032018-tentang-program-indonesiabaikid-kemkominfo-raih-penghargaan-tertinggi-pbb/0/siaran_pers diakses pada tanggal 16 Januari 2023 pukul 08:02 WIB

_____. Menkominfo Luncurkan Situs indonesiabaik.id. 2017. Diperoleh dari https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/9843/menkominfo-luncurkan-situs-indonesiabaikid/0/berita_satker diakses pada tanggal 15 Januari 2023 pukul 13:10 WIB



DAFTAR LAMPIRAN



1. Lampiran I : Transkrip Hasil Wawancara Informan

KEY INFORMAN

Narasumber: Andrean W. Finaka

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Jabatan: Redaktur Pelaksana Indonesiabaik.id

Lokasi: Kantor Indonesiabaik.id

Kementerian Komunikasi dan Informatika (KemenKominfo)

Jl. Medan Merdeka Barat No.9, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir,

Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110.

Waktu: Rabu, 4 Januari 2023, Pukul 10:12 WIB

Interviewe : Sri Dewi Larasati

Kode : P = Pewawancara

N = Interviewer/Narasumber

KODE	TRANSKIP
P	Selamat pagi Mas, boleh perkenalkan diri nama serta jabatannya?
N	Oke nama saya, nama lengkapnya Andrean W Finaka, biasa dipanggil Andre. Jabatan di Indonesiabaik.id itu sebagai Redaktur Pelaksana, kalau di Kominfo PNS sudah dari tahun 2011, kalau di Indonesiabaik.id sudah mulai dari 2018 akhir
P	Indonesiabaik.id itu apa sih Mas? Apa tujuan Indonesiabaik?
N	Indonesia Baik itu kalau kita nyebutnya sebagai platform ya, platform media sosial yang fokusnya itu adalah kita memvisualkan data pemerintah. Jadi kita punya data banyak datanya pemerintah banyak dari segala macam data yaitu data program pemerintah pusat, kementerian, lalu ada lembaga, pemerintah daerah juga ada. Jadi nah itu kalau data ini cuman nyimpen di kita aja itu gaada gunanya gitu, masyarakat pun kadang kalau hanya menerima informasi bahwa seperti misalkan registrasi prabayar misalkan bingung baca pdfnya salinan suratnya kan bingung, nah jadi kita coba olah, kita coba memproduksi dalam bentuk visual berupa infografis supaya bisa diterima oleh masyarakat khususnya netizen yang generasi muda dan program tersebut sampai kepada teman-teman netizen. Biasanya bahasa program pemerintah menjelimet, nah kita coba menyederhanakan dan menampilkan visualisasi yang menarik supaya data-data ini tuh bisa diterima masyarakat yang mudah dipahami, mudah dimengerti dan mudah juga diperoleh, akhirnya dengan dasar itu kita coba membuat visualisasi dari data-data yang ada, lalu udah terjadi terbuatlah kontennya, lalu kita apa namanya distribusikan melalui media sosial. Nah kenapa di media sosial karena waktu itu memang apa namanya target kita adalah generasi muda ya, jadi yang memang aktif di media sosial. Mangkanya kita fokus di platform media sosial, terutama di Instagram.

P	Bagaimana sejarah berdirinya Indonesiabaik.id?
N	Sejarah berdirinya, kebetulan saya bukan orang yang apa namanya terlibat dari awal Indonesia Baik berdiri, cuma yang sempat saya dulu ketahui bahwa tahun berapa ya mungkin tahun 2016 itu sempat ada namanya program itu One Day One Infografis dulu kalau ga salah di direktoratnya Mas Dimas. Dulu kan kita masih pisah tuh, saya di lantai dua Mas Dimas di lantai empat kalau nggak salah beda direktorat. Nah direktoratnya Mas Dimas ini Direktorat Penyediaan dan Pengelolaan Informasi, nah itu tadi datanya tuh banyak tapi nggak bunyi lah ga kelihatan, akhirnya muncul berusaha untuk membuat data itu kelihatan. Nah itu tadi dengan One Day One Infografis, karena saya punya basic desain grafis nah saya diajak, mas ayo bantu bikin, bantu bikin infografis setiap hari satu, awal-awal sempet ikut lah ya cuman makin ke sini itu karena dulu kan yang bikin teman-teman PNS kan yang punya skill desain gitu, bikin infografis kok lama-lama agak keteteran ya karenakan satu beda direktorat beda-beda kerjanya masing-masing ada yang dinas ada yang tugas ini tugas itu, jadi lama-lama kok apa namanya sulit kalau mengandalkan PNS, akhirnya mulai dimulai dengan meng-hire teman-teman profesional yang memang punya kompetensi didalam itu baik dari desain grafis, jurnalis, copywriter, dan sebagainya. Sehingga pada tahun 2017 tanggal 6 Juni itu resmi berdiri namanya Indonesiabaik.id waktu itu di launching sama Pak Menteri Rudi, nah sampai sekarang akhirnya sudah berjalan terus gitu.
P	Apakah Indonesia Baik dinaungi Dirjen tertentu di Kominfo?
N	Dibawah Dirjen IKP, Direktoratya Pengelolaan Media di Audit Visual dan Media Sosial.
P	Kenapa informasi yang diberikan Indonesiabaik.id ini tidak hanya informasi yang ada di Kominfo saja, namun ada informasi dari kementerian lain juga, apakah ada tujuan khususnya?
N	Iya kan kita ada Inpress no. 9 tentang pemenuhan informasi publik, jadi sesuatu yang menyampaikan informasi-informasi pemerintah, nah informasi pemerintahan gacuman Kominfo, bisa dari kementerian lain, bisa dari pemerintah daerah dan lain-lain. Nah memang fokus kita Indonesia Baik itu bukan untuk Kominfonya saja kalau Kominfonya aja tuh ada humas Kominfo, nah kita lebih kepada memang apa namanya informasi yang memang dibutuhkan masyarakat, dan yang lekat dengan masyarakat yang bersifat umum.
P	Apakah Indonesiabaik.id terinspirasi dari suatu hal seperti hoaks atau konten negatif yang lain?
N	Tentunya ada ya, soalnya waktu itu juga sedang gencar-gencarnya polarisasi itu ya kubu lah apa tuh pemilu kan, nah kita berusaha untuk menjembatani itu. Kalau kita terang-terangan menyebut bahwa diri kita media pemerintah pasti udah anti duluan nih, mangkanya kita gasebut diri kita media pemerintah waktu itu, supaya kita bisa mencakup kedua kubu itu, jadi yang anti pemerintah bisa menerima konten kita dengan baik, yang pro pemerintah pun juga bisa menerima dengan baik. Tentunya dari polarisasi itu kan banyak yang entah black campaign, informasi hoaks juga tentang misalkan antar kubu. Jadinya ya itu jadi salah satu niat kita membangun ini, supaya bisa yang hoaks itu bisa kita coba buat, bukan ke klarifikasi sih tapi lebih ke memberikan informasi yang lebih valid dan meyakinkan, karena sumber kita kan dari data pemerintah, jadi ya supaya ga hoaks juga kita memberikan data yang valid.
P	Apakah ini termasuk media yang menangkal hoaks?

N	Kalau disebut menangkal hoaks mungkin kurang tepat ya, tapi mungkin lebih dibilang kalau kita media yang memang menginformasikan yang valid gitu, dikarenakan kita bukan fokusnya adalah bahwa misalkan ada informasi ini kita klarifikasi kalau itukan lebih kepada tugasnya tim AIS di Kominfo, seperti ada hoaks ini masuk ke mereka lalu mereka memunculkan klarifikasi bahwa ini hoaks, bahwa ini missinformasi atau disinformasi, nah kalau menangkal hoaks lebih tepat seperti itu. Kalau kita lebih kepada media informasi si yang memang valid. Kalaupun memang ada informasi yang hoaks, ya kita keluarkan misalkan validasi atau informasi yang betulnya yaitu memang tujuan kita memang mengeluarkan informasi yang sesuai, yang valid, yang benar.
P	Apakah Indonesiabaikid pernah mendapatkan suatu penghargaan?
N	Penghargaanannya itu waktu itu WSIS tahun 2018, jadi WSIS itu penghargaan dia punya semacam kategori nih pemerintahan setiap negara punya apa sih yang bisa dibanggakan atau diunggulkan dalam memberikan informasi kepada masyarakatnya. Nah kita waktu itu baru berdiri jadi kita coba ajukan dan menang karena dianggap Indonesia Baik merupakan platform yang cocok dan pas untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Penghargaanannya lebih kepada produknya sih produk Indonesia Baiknya, nah itu kalau nyebarinnya dari via medsos atau website itu termasuk didalamnya
P	Melalui media apa saja Indonesiabaik.id menyebarkan informasi?
N	Kalau platform kita sendiri tuh fokusnya ke media sosial ya, terutama di Instagram. Lalu ada Facebook, Twitter, YouTube, Line pernah ada, TikTok gabegitu digarap itu karena kita gapunya banyak di TikTok, website juga ada. Nah itu yang kita miliki, cuma kadang-kadang juga ada nih teman-teman dari Pemda misalkan gitu Mas saya suka nih sama kontennya bisa ga saya repost gitu ya silahkan, lalu ada dari misalkan pernah dari kampus juga minta kontennya bisa ga kita repost ya silahkan. Jadi selain dari medsos ya tentunya kita dari tentunya dari apa ya semacam komunitas, relasi juga. Tapi kita fokusnya di medsos sih.
P	Kenapa Indonesiabaik.id memilih media sosial sebagai media penyebaran informasi?
N	Karena waktu itu yang sangat tajam itu benturannya adalah di medsos ya pas 2016 itu yang tadi soal pemilu soal kubu, itukan sangat jelas dan tajam di medsos. Jadinya itu kita coba merangkul kedua belah pihak supaya ya jangan gitu lah jangan terpolarisasilah. Kebanyakan di medsos itu kan hal yang belum pasti itu sudah dishare ke banyak orang, mangkanya sempet ada Dirjen kita bilang saring sebelum sharing, kita sebagai salah satu filter penyaringnya supaya teman-teman ini gakemakan hoaks, ga asal nyebarin berita bohong, ga asal nyebarin berita yang disinformasi miss informasi, kita coba mengeluarkan informasi yang betulnya, informasi yang di pemerintah tuh informasinya seperti ini yang jelas-jelas seperti ini gitu, dan medsos kan semakin hari ya semakin banyak pengikutnya ya kalau kita membiarkan hal itu terjadi, hoaks itu merajalela, ya rusaklah generasi muda kita. Mangkanya kita coba turunnya di medsos supaya kita bisa menjaga jangan sampai teman-teman yang main di medsos itu terjerumus dengan hal-hal seperti penyebaran informasi yang salah, tidak betul, yang hoaks.
P	Apakah konten yang disebar di media sosial saling terhubung dengan media lainnya?
N	Bisa dibilang iya, karena kita satu konten untuk semua media sosial ya. Dulu kita

	sempat bikin klasifikasi bahwa konten ini untuk seperti Instagram, Facebook, Twitter. Tapi lama kelamaan agak kurang apa ya kurang efisien buat kita. Jadi kita fokus buat satu konten tapi bisa disebar untuk ke semua platform media sosial.
P	Bagaimana tahap perencanaan yang dilakukan oleh Indonesiabaik.id dalam memproduksi suatu konten?
N	Itu dimulai dari agenda setting, agenda setting itu sekarang rutin tiap minggu dan itu melibatkan seluruh media yang ada di Direktorat Pengelolaan Media itu tiap Rabu nih jam 10 teman-teman ini yang memang tugasnya meliput berita ambil dari agenda setting nah kita join didalamnya, bahwa minggu depan selama seminggu itu tema yang akan kita angkat misalkan terkait Pemilu, terkait ASEAN atau apa, nah itu kita ikut disitu bahwa minggu depan dari hasil agenda setting misalkan ada tema kampanye tentang pemilu, ASEAN dan yang lain-lain kita ikut, tapi kita punya kebebasan bahwa kita bisa ga ambil semua hasil di agenda setting tapi bisa dipilih yang lebih cocok dengan penyampaian melalui konten infografis tuh yang mana, tapi pada akhirnya semua akan kita ambil karena kalau di subdit media online kan lebih kepada hardnews ya, kalo kita kan lebih ke berita-berita yang timeless, jadi kalau misalkan kita ambil yang sifatnya anglenya hardnews kan cepat basi kontennya, jadi kita coba memilih ambil angle berita-berita yang lebih timeless gitu. Nah dari setiap Rabu kita udah dapat agenda settingnya apa saja, Kamis atau Jumat tuh kita rapat internal buat nentuin mana nih yang mau diambil, dibuat, postingnya gimana, timnya siapa aja yang bikin, nah itu sudah dibagi Jumatnya baru kita produksi. Lalu nanti setelah itu kita ada produksi satu hari satu konten, kalau ada revisi ya revisi nah kalau sudah ready baru diposting oleh tim medsos
P	Bagaimana cara Indonesiabaik.id dalam menentukan isu untuk memproduksi suatu konten?
N	Satu tadi balik lagi ke agenda setting, yang kedua kita punya yang namanya kisi-kisi berita, Kominfo ini kan punya kerja sama dengan ANTARA, PSO namanya untuk membuat berita-berita yang positif, dari situ mereka membuat kisi-kisi berita, seperti di PSO ANTARA itu misalkan ada berita stunting, pemilu, atau apa, nah itu semua kita punya datanya dari ANTARA, kita coba dari kisi-kisi berita itu kita ambil yang termasuk isunya kira-kira si 2023 ini ada, kaya misalkan stunting itu nanti kita cari juga di kementerian terkait. Lalu yang ketiga ada dari isu-isu hangat dari minggu ini misalkan atau bulan ini misalkan. Nah itu sumber isu konten kita.
P	Jenis informasi seperti apa yang disebar Indonesiabaik.id?
N	Isi kontennya, kita itu punya 4 pilar ada Program Pemerintah sesuai dengan tagline kita yaitu menjadi rujukan utama informasi program pemerintah bagi generasi muda, jadi ya pasti program pemerintah menjadi yang utama. Lalu yang kedua ada daily issue didalamnya ada kisi-kisi yang terkini, lalu yang agak ringan-ringan gt kan, lalu ada yang ketiga seperti konten how to tips and tricks, itu tentang Indonesia konten seputar Indonesia misalkan fakta-fakta unik misalkan bahwa wisatawan di Bali naik, lalu yang keempat ada edukasi informasi.
P	Kalau untuk informasi yang pemerintahan itu apakah termasuk jenis informasi publik?
N	Iya, yang kita sampaikan itu ya emang informasi publik. Isinya lebih kepada misalnya program pemerintah ya kayak, pernahkan kita seperti ada program registrasi prabayar itu kan gimana caranya supaya teman-teman tau bagaimana cara registrasinya,

	<p>syaratnya apa aja, lalu kaya ada ASO kemarin (Analog Switch Off) seperti itu ASO mulai berlakunya kapan, dimana aja, butuh syaratnya apa aja nih kalau misalkan gapunya tv digital misalkan pake set top box tv, nah itu gimana cara gunain STB ini gitu-gitu, lalu bantuan STB buat siapa aja gitu. Kemudian misalkan informasi tentang bikin Kartu Keluarga, akte kelahiran. Jadi ya itu secara tak kasat mata mungkin kita kalau gadateng kalo gabutuh misalkan kita butuh nih bikin akte kelahiran buat anak nih, kita ga akan tahu. Nah itu kita coba menyebarkan informasi seperti itu walaupun nanti suatu saat dibutuhkan meskipun sekarang gabutuh tapi nanti dibutuhkan dan masyarakat berkat tahu karena memang satu hal yang memang informasi yang harus diketahuai masyarakat, kemudian itu memang hal yang umum gitu.</p>
P	Untuk sumber kontennya, apakah berkoordinasi dengan kementerian terkait atau melalui Kominfo?
N	<p>Kalau sumber kontennya kita fokus kepada ini ya data-data dari pemerintah atau data-data dari kementerian lembaga terkait misalkan contohnya mengenai kependudukan seperti pembuatan kartu keluarga dan lain-lain, itu mereka punya kaya semacam aturannya atau tulisnya, nah itu kita ambil dari situ. Jadi kita galangsumg menghubungi kependudukan bahwa kita butuh data ini tapi yang udah ada dimereka itu apa kita coba ambil. Kecuali memang kita ada isu yang sedang hangat banget kaya misalkan waktu itu ada konferensi pers antara Kominfo dengan Polri terkait pemilu, nah itu kan masih hangat banget tuh nah kita belum dapet datanya tapi kita coba cari datanya dari kutipan para narasumber seperti apa kita coba kumpulin nanti kita pilih angle mana aja yang bisa kita buat konten infografis itu yang mana. Tapi lebih kepada itu sih press release, lalu paparan sumber dari kementerian atau lembaga terkait, lalu buku pedoman panduan dari K/L itu yang kita pakai jadikan sebagai sumber informasi. Jadi kita gaambil dari media-media mainstream. Tapi informasi kita berdasarkan dari dokumen yang ada di K/L sih yang valid dan yang diliris oleh K/L nya sendiri.</p>
P	Berapa jumlah anggota atau staf yang ada di dalam Indonesiabaik.id?
N	<p>Stafnya diluar saya ya, kalau dari struktur secara resminya yang PNS itu kan ada Pak Direktur pimpinan redaksi, lalu ada Mas Dimas wakil pimpinan redaksi, kemudian ada saya sebagai redaktur pelaksana itu yang PNSnya. Kalau secara teknisnya sendiri itu ada 10 orang itu terdiri dari 1 editor ada Mas Edy Pang dia ibaratnya yang berhubungan langsung dengan anak-anak untuk bagaimana mengelola kontennya Mas Edy Pang yang menhandel, kemudian ada 2 copywriter yang bikin naskah-naskah konten, 2 desain grafis, 2 content creator atau video editor untuk video pendek, 1 data base, 1 koordinator media sosial atau social media analyst sebagai admin medsos secara keseluruhan, dimedsos kita juga memperbantukan teman-teman para humasdari PNS Kominfo masing-masing medsos punya admin tambahan, terakhir 1 tim IT yang fokusnya ke pengelola website Indonesiabaik.id. Itu sih 10 orang.</p>
P	Bagaimana cara pembagian tugas para staf di Indonesiabaik.id?
N	<p>Tugas ini khusus kepada tim konten ya, kita punya 2 copywriter penulis naskah, 2 designer, 2 video editor. Seminggu itu kita ada sekitar 27 konten terdiri dari 20 infografis dan 7 video. Itu untuk dibuat dalam 5 hari. Nah itu yang menentukan sudah jelas si jadi 1 tim ada terdiri dari 3 orang dalam membuat 1 kontennya.</p>
P	Apakah sudah sesuai dengan kemampuan masing-masing staf dari pemberian tugas tersebut?
N	<p>Iya memang sudah disesuaikan itu dengan kompetensinya, jadi kalau memang dia</p>

	<p>bisanya grafis ya kita suruh bikin grafis ga mungkin suruh bikin video gitu ibaratnya. Jadi waktu kita merekrut pun ya sesuai dengan kebutuhan, misalkan pas kita butuh content creator ya kita nyarinya orang yang bisa ngedit video, orang yang bisa tampil di dalam video. Jadi memang sesuai kebutuhan kontennya misalkan butuh infografis atau video kita sesuaikan dengan tim yang ada. Jadi masing-masing anggota gadituker-tuker tugasnya dan fokusnya disitu aja. Karena kita timnya terbatas ya jadi sudah manfaatin yang ada saja</p>
P	Apakah sumber daya manusia yang ada dalam mengelola Indonesiabaik.id sudah sesuai? atau masih terdapat kekurangan sumber daya manusianya?
N	<p>Kalau secara kalau ditanya seperti itu ya kita jawabnya sudah sesuai ya dengan pembagiannya karena kita punya KPI ya itu sudah sesuai dengan SDM yang kita punya sudah sesuai dengan kemampuan kita sih. Kalau SDM kalau ditanya kurang engganya sih sejauh ini kita sudah mencukupi sesuai KPInya. Tapi kalau misalkan dibutuhkan untuk yang lain-lain itu pasti butuh nambah, cuman kan sesuai KPI kita sudah cukup sih.</p>
P	Bagaimana pengarahan yang dilakukan kepada tim dalam mengelola Indonesiabaik.id?
N	<p>Pengarahannya lebih kepada satu buat kontennya itu yang simpel ga berbelit-belit, yang kedua pokoknya kita harus punya branding lah ya dulu kan kita punya maskot itu menyebut diri kita Kak IBe sebagai maskot kita di medsos, kalau menyebut teman-teman di medsos itu nyebutnya Sohib. Terus yang ketiga apa namanya, data tuh jangan sampai salah, itu kan data pemerinta ya itu kalau udah salah sangat fatal, terutama kita sudah dikenal sebagai media pemerintah jadi jangan sampai salah menyampaikannya.</p>
P	Bagaimana cara tim Indonesiabaik.id dalam membuat suatu kontennya?
N	<p>Tadi alurnya kan dari agenda setting terus baru masuk produksi, pas produksi itu dimulai dengan riset terlebih dahulu dari tim copywriter yang cari data sebanyak-banyaknya tentang isu yang mau kita angkat, dari data-data itu kita ambil anglenya yang masih relevan yang memang diutamakan banget, lalu copywriter menulis alur untuk kontennya framing namanya, terus naskahnya ditulis. Kalau sudah selesai disubmit ke editor nanti ada tim lainnya juga yang bantu ngecek. Itu kalau sudah oke bisa dishare ke teman-teman konten grafis, nah itu mereka membuat konten yang sudah sesuai dengan framing yang dibuat. Konten jadi nih terus kita cek lagi ada typokah, atau ada oh ini anglenya kurang pas nih, kemudian revisi. Setelah revisi selesai dimasukan kedalam drive untuk dijadwalkan dengan tim media sosial untuk di posting di media sosial gitu.</p>
P	Bagaimana cara melakukan pengawasan terhadap kinerja yang dilakukan tim Indonesiabaik.id?
N	<p>Pengawasan yang pasti kita lihat, minimal seminggu ya progresnya teman-teman itu gimana sih apakah ada kesulitan atau kendalanya apa. Nah kita coba dianalisis, misalkan terkait data yang susah didapat nah itu kita coba ambil dari media internal yang ada di kita. Terus kita ada report setiap bulan ada report bahwa konten ini yang sudah dibikin apa saja, exposurenya berapa, engagementnya berapa, lalu konten-kontenn yang dengan viewers tertinggi itu yang mana dan viewers terendah yang mana. Nah itu jadi kita bisa lihat bahwa nanti kalau dari konten yang rendah ini kita coba analisa apakah isinya kurang pas apakah waktunya kurang tepat postingnya</p>

	jadi kita coba analisa tiap bulan kita perbaiki kita kembangin lagi misalkan dari segi kontennya, dari segi waktu postingnya, dan dari segi isinya
P	Bagaimana cara mengevaluasi tim dalam mengelola Indonesiabaik.id?
N	Kita tiap bulan itu ada pertemuan ya, sebenarnya pertemuan buat kita bikin yang namanya ebook Indonesia Baik, biasanya konten-konten yang udah banyak, satu tema nih misalkan sudah banyak kita coba bikin. Dalam rapat itu juga kita coba evaluasi nih misalkan konten ini kurang nih kendala apa dan sebagainya, misalnya konten ini nih udah bagus coba kita analisa juga kenapa bisa bagus. Nah pertemuan itu sebulan sekali sih. Kalau rapat di internal khusus buat timnya sendiri itu tiap pagi briefing untuk hari ini yang mau kita bahas apa saja mau bikin kontennya gimana gitu. Kalau yang tiap pagi tiap minggu itu tadi setelah agenda setting kita diskusi internal dalam membuat kontennya seminggu kedepan.
P	Apakah ada reward tersendiri dalam mengapresiasi kinerja tim Indonesiabaik.id?
N	Kalau tim itu ada tiap tahun ya, kita ada namanya evaluasi tahunan itu ya bukan apa ya buat seru-seruan aja garesmi-resmi banget tapi lebih kepada bahwa ini loh temen yang paling best lah kalau kita nyebutnya pegawai terbaik nah itu buat seru-seruan aja sih, nah itu ada setiap tahun.
Hambatan dalam mengelola Indonesiabaik.id	
P	Apa saja hambatan dalam mengelola Indonesiabaik.id dalam menyebarkan informasi publik? dan bagaimana cara tim mengatasi hambatan tersebut?
N	Hambatan ya, yang pasti walaupun kita sudah lama di media sosial tapi kayanya kita belum dapat bisa dapat engagement yang cukup ya. Followers kita banyak sudah 400 ribu cuman kan kok engagementnya kurang nendang nih, kok reachnya kurang banyak juga nih, yang kedua juga mungkin karena admin medsosnya cuman satu jadi mungkin dia kewalahan juga meskipun sudah dibantu mungkin kendalanya dimana nih kita coba cari juga. Soalnya sudah beberapa kejadian kok masih gini-gini aja nih kayanya kurang pas solusi-solusinya. Nah itu kita coba mencari, terutama sudah menyebutkan bahwa kita media Kominfo itu apa ya seperti agak unfollownya itu agak cepet juga ya. Nah itu kita coba rebranding lagi bahwa dulu kita selalu fokus bahwa kita media pemerintah tapi ga secara terang-terangan bahwa kita media pemerintah. Nah itu sekarang kita mencoba mengambil bahwa kita sekarang media pemerintah kita coba mengambil gimana caranya meskipun kita media pemerintah tapi kita di nikmatin sama semua kalangan semua netizen terutama netizen yang agak kurang dengan pemerintah kita coba rangkul, membangun lagi brand kita coba lagi lebih mendalami netizen kita itu seperti apa.

INFORMAN 1

Narasumber: Edy Pang

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Jabatan: Editor

Lokasi : Kantor Indonesiabaik.id

Kementerian Komunikasi dan Informatika (KemenKominfo)

Jl. Medan Merdeka Barat No.9, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir,

Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110.

Waktu : Jumat, 30 Desember 2022, Pukul 10:45 WIB

Interviewer : Sri Dewi Larasati

Kode : P = Pewawancara

N = Interviewer/Narasumber

KODE	TRANSKIP
P	Selamat pagi Mas, boleh perkenalkan diri nama serta jabatannya?
N	Nama saya Edy Supangat biasanya saya kalau di media sosial biasanya dipanggil Edy Pang, di Indonesia Baik ini saya sebagai Editor itu nama titlenya tapi secara tanggung jawab saya mengelola teman-teman copywriter, desain, video animator, termasuk mengkoordinasikan teman-teman yang pengelolaan website dan pengelolaan media sosial. Saya di Indonesia Baik sudah 5 tahun dari Agustus 2017.
P	Sudah berapa lama Indonesiabaik.id ini beroperasi?
N	Beroperasi mungkin sejak 2017, ketika saya masuk itu sudah beroperasi tapi secara resminya itu diresmikan 6 Juni 2017. Itu resmi juga termasuk Instagramnya diluncurkan pada tanggal itu, sama websitenya juga.
P	Bagaimana sejarah berdirinya Indonesiabaik.id?
N	Oke, sejarah berdirinya Indonesia Baik itu kita tuh sebenarnya pada awalnya pengen bikin sebuah gerakan yang bisa menyatukan semua di awal mulai dari berapa tahun lalu kan kita sarat dengan perdebatan politik sementara kita di pemerintah kan harus di tengah-tengah gitu, ya jadi menjaga agar polarisasinya tidak semakin meruncing ke konflik jadi kita berusaha di tengah-tengah dengan membuat konten yang baik, memunculkan optimisme tetapi juga kita menyampaikan informasi pemerintah itu berdasarkan sumber yang terverifikasi artinya kita bisa artikan bahwa informasi yang kita share itu bukan gosip, bukan obrolan belaka tapi ada dasar hukumnya, ada data sumber yang resminya. Sejarah berdirinya, kita sebelum 2017 itu mungkin sekitar 2014-an ya waktu itu di awal-awal saya juga sudah terlibat tetapi mungkin tidak di dalam Kominfo tapi di luar Kominfo, waktu saya di Good News From Indonesia sebenarnya hampir miripkan namanya terinspirasi Good News From Indonesia dan ini Indonesia Baik. Dari situ kemudian Kominfo bikin, kita tuh sebenarnya punya bank data yang banyak data informasi itu banyak peraturan dan sebagainya kita yang punya, tetapi kaya kemanfaatannya itu baru sekedar untuk oh ini dipersiapkan bahan untuk

	<p>atasan, untuk laporan pimpinan, padahalkan ini sebenarnya kalau disajikan ke masyarakat akan lebih banyak manfaatnya. Makanya kita mencari cara waktu itu bagaimana caranya agar ke masyarakat itu sampai, salah satunya dengan infografis dan motion grafis karena itu lebih menjangkau anak-anak muda. Awalnya Indonesia Baik itu di luncurkan biar ga kelihatan banget ini pemerintah jadi yaudah kaya media di luar pemerintah gitulah, tapi kita sumbernya kita verifikasi bahwa itu memang data resmi, itu mungkin 2014-an waktu itu sebelum ada teman-teman yang dihire secara khusus untuk mengelola ini waktu itu dikelola oleh teman-teman dari PNS disini juga, itu ceritanya ya sebelum saya kesini. Bikin produk yang namanya One Day One Infografis satu hari bikin satu infografis yang mengerjakan dari teman-teman PNS, kemudian ya itu 2017 kita resmi waktu itu berdiri diresmikan oleh Menteri Kominfo Bapak Rudiantara kemudian saat itu kita dapat sambutan bagus karena konten infografis, motion grafis, yang istilahnya kekinian itu ya, waktu itu tapi informasinya informasi yang valid dari pemerintah jadi waktu itu responnya cukup bagus, bahkan tahun 2018 itu kita memenangkan penghargaan dari PBB yang namanya WSIS, mangkannya sampai sekarang di logo Indonesia Baik itu ada awardnya untuk pengingat bahwa ya gerakan kita kalau kita serius kita punya impact, terus setelah itu ya produk kita ganti-ganti, infografis, motion grafis, nah abis itu sekarang ada video dan lain sebagainya ganti-ganti sampai akhirnya hari ini Indonesia Baik masih berjalan. Meskipun kalau sekarang sudah pada tahu bahwa oh Indonesia Baik itu punya Kominfo.</p>
P	Kalau untuk penghargaannya itu yang mendapatkannya websitenya atau media sosialnya?
N	Gerakannya secara umum, jadi ga bisa dibilang ini yang mendapat website atau media sosialnya, tetapi Indonesia Baik sebagai media yang didaftarkan tentu produknya semua bahwa ini informasi publik, informasi pemerintah kita buat media. Media ini untuk menyampaikan informasi pemerintah agar sampai ke masyarakat, karena cara-cara yang lama misalnya melalui sosialisasi, surat-menyurat dan sebagainya itu sudah kuno ya, kita bikin itu yang didaftarkan semua platform yang kita pakai baik itu media sosial maupun websitenya. Jadi Iebih ke Indonesia Baik-nya sebagai gerakannya yang didaftarkan.
P	Kenapa memilih target audiensnya anak muda?
N	Karena kita ingin menjembatani kalau mungkin teman-teman yang diluar anak muda itu mungkin dengan beberapa pendekatan yang udah cukup dilakukan misalnya secara resmi atau ya melalui struktur pemerintahan, tapi kalau yang anak muda ini rasa-rasanya kan ada kerasa ini ga sih jarak jadi kaya pemerintah sama anak muda itu kayaknya jauh, entah dari pemerintah itu kesannya kuno dan lain sebagainya ataukah memang informasi yang disajikan pemerintah itu terlalu membosankan untuk anak-anak muda dengan bahasanya yang baku, kaku, mau menyampaikan aja teksnya panjang. Makanya informasi yang dari tadi bentuknya surat atau peraturan yang bentuknya panjang itu kita coba diterjemahkan ke bahasa yang mudah di pahami yang supaya anak-anak muda nah kalau menyajikan data yang rumit menjadi yang mudah dipahami melalui jembatan infografis itu.
P	Apa yang menjadi tujuan Indonesiabaik.id dalam menyebarkan informasi mengenai pemerintahan?
N	Kita ingin mewujudkan good goverment atau salah satunya transparansi pemerintah ke

	publik. Indonesia Baik ini spesifik misalnya targetnya kan untuk anak muda usia 18-34 tahun karena targetnya itu bisa jadi dengan informasi di pemerintah tidak sampai di mereka, maka ya tujuan dari Indonesia Baik itu adalah untuk menyampaikan informasi-informasi dengan cara yang lebih mudah dipahami oleh anak-anak remaja kita, tetapi biar itu kebenarannya terjaga agar tidak jadi gosip maka kita juga selalu sisipkan data. Makanya tagline yang kita bawa itu “Yang Muda Suka Data”.
P	Secara struktur, Indonesiabaik.id ini di naungi oleh dirjen siapa?
N	Dirjen IKP di Kominfo, Informasi dan Komunikasi Publik.
P	Apakah Indonesiabaik.id merupakan media yang menangkal hoaks atau konten negatif?
N	Kalau menangkal itu sebenarnya kita gabisa dibilang sebagai media yang untuk serta-merta bisa memadamkan gitu ya misalnya anggapan negatif, itu di Kominfo sudah ada tugasnya tersendiri atau bahkan memblokir hoaks itu sudah ada tugas tersendiri. Tapi kalau kita sebagaimana di awal visi kita kan juga untuk berjalan di tengah jadi patokan sebenarnya kita itu sudah jelas. Misalnya untuk meredam konflik ya dengan informasi yang sebenarnya dengan kita kasih yang dari sudut pandang yang benar gitu kan informasi itu, oh masyarakat tuh taunya ini seperti misalnya tentang RKUHP memang dalam setiap pasal itu engga semuanya bisa kita bilang sempurna artinya kita bagian dari pemerintah gabisa juga mengklaim bahwa itu sudah sempurna gitu kan. Tapi misalkan disitu ada 14 pasal penting yang masyarakat selama ini komplain dan sebagainya. Tapi kita kadang kala kita karena bukan domain kita juga. Kita gabisa bersikap sebagai pengelola administrasi pemerintah untuk ngejelasin atau menangkal semua tanggapan-tanggapan masyarakat tadi terhadap 14 pasal itu. Tapi yang bisa kita sampaikan ke masyarakat bahwa soal kenapa sih RKUHP ini perlu diubah, motifnya apa pemerintah mengubah, terus sejarahnya, perubahan ini sebenarnya sudah lama loh dicanangkan, sudah berapa lama di bahas berulang-ulang gitu kan. Terus misalkan soal 14 pasal tadi ya kita bisa saja menyampaikan ini 14 pasal yang diterima dari usulan masyarakat kemudian disampaikan pemerintah untuk dimatangkan lagi di DPR itu bisa kita sajikan. Jadi kita bukan humas pemerintah kita ya menyampaikan informasi yang itu berdampak kepada masyarakat.
P	Melalui media apa saja Indonesiabaik.id menyebarkan informasi?
N	Ya selain Instagram itu, pada dasarnya kita pakai semua platform yang ada seperti Line, Twitter, YouTube, TikTok kita pakai juga. Sekarang memang prioritasnya kita pakai Instagram.
P	Apa yang melatarbelakangi Indonesia Baik menggunakan media sosial Instagram?
N	Instagram itu kita pakai karena di awalnya sejak 2017an itu platform utamanya kita itu bukan Instagram yang waktu kita One Day One Grafis itu kita sampaikan lewat platform websitenya Kominfo, lalu kita pakai Instagram ya karena yang kita gait itu anak muda 18 sampai 34 tahun artinya anak muda yang mulai kritis mulai peduli dengan pemerintah dan mayoritas termasuk karena konten kita infografis juga basisnya maka platform yang kita anggap cocok ya Instagram untuk anak muda dan sesuai dengan produk yang kita buat.
P	Apakah konten yang disebarkan di media sosial Instagram saling terhubung dengan media lainnya?
N	Iya, sosial media Instagram itu seperti aku bilang itu kan platform utama jadi kita

	posting utama disitu yang kita jagain sesuai brand itu disitu, tetapi konten itu kitakan menyesuaikan sama agenda setting, maksudnya dari pemerintah ini prioritas informasi yang disajikan apa nah itu kita juga ikut ada mengikut kesitu, nah otomatis karena Instagram ini utama yang platform media sosial lainnya itu ya ikut aja, kita balik ke semua juga. Jadi kontennya lebih hampir bisa dibilang yang ada di Instagram ada di platform lain.
Tahap Perencanaan	
P	Bagaimana tahap perencanaan yang dilakukan oleh Indonesia Baik dalam memproduksi suatu konten?
N	Perencanaan konten itu, kita di Indonesia Baik ada 4 pilar konten satu kita ngomongin tentang program pemerintah, tentang edukasi informasi layanan publik, kemudian tentang daily issue atau sekarang disebut pilarnya informasi populer, dan tentang Indonesia. Jadi apa yang kita rencanakan kontennya itu kira-kira bakal disangkutin dengan 4 pilar ini. Jadi kalau misalkan yang pertama mengenai program pemerintah sama edukasi layanan publik itu mayoritas mengacu pada agenda setting Direktorat Pengelolaan Media, jadi kalau tadi kan di bawah naungan Ditjen IKP nah di bawahnya ada Direktorat Pengelolaan Media yang isinya ada beberapa media termasuk salah satunya Indonesia Baik. Setiap minggu kita punya namanya agenda setting untuk apa isu-isu prioritas yang harus disampaikan kepada masyarakat. Dari sekian isu-isu prioritas itu kita kan dari sisi produksi konten terbatas kita cuman satu minggu itu cuman 24 konten. Jadi prioritasnya itu dibagi-bagi, sementara agenda setting itu biasanya banyak banget isu yang harus dibahas jadi kita pilah kita pilih mana yang kira-kira prioritas, sama selama setahun biasanya kita juga mengacu sama RKP (Rencana Kerja Prioritas) pemerintah itu yang sudah direncanakan oleh Presiden, jadi selama setahun ini programnya apa saja, dilaksanakannya kapan, nah itu kira-kira kita akan bikin konten terkait itu. Kemudian dari agenda setting dari yang mingguan tadi itu setelah kita pilah, kita masukan terutama di program pemerintah dan edukasi informasi layanan publik, setelah itu kita bagi lagi selama seminggu kita bikin rencana biasanya di Hari Senin kita diskusi satu tim atau mostly yang diajukan oleh teman-teman Copywriter yang buat konten perencanaan jadi itu yang diajukan nanti yang setelah kita sepakati kemudian kita ajukan ke Direktorat konten inilah yang kita buat selama seminggu kedepan. Nah kalau dari program pemerintah mengisi 2 pilar, kemudian pilar lain daily issue biasanya kita melihat dari apa sedang ramai apa, setelah yang ramai apa lalu kita putuskan mau diangkat atau tidak. Setelah kita putuskan untuk diangkat baru dari situ kita tentukan formatnya mau seperti konten apa, biasanya daily issue masih tidak jauh-jauh dari program pemerintah, jadi 75% konten-konten kita terkait pemerintah. Baru kemudian yang terakhir tentang Indonesia biasanya kita lebih santai kaya misalkan contoh informasi mengenai bioskop terbesar di Indonesia atau mungkin luas Indonesia atau luas suatu daerah.
P	Bagaimana cara Indonesiabaik.id dalam menentukan isu untuk memproduksi suatu konten terutama berisi informasi publik?
N	Kalau informasi publik itu sebenarnya kan yang disampaikan terkait informasi publik itu terkait program juga kan, jadi pemerintah mau buat lalu nanti yang perlu disampaikan dalam program itu turunanya apa, informasi publik kita sampaikan entah konten bentuknya pengumuman ataupun bentuknya cara, jadi misalkan pemerintah buka program P3K-an itu kan ada informasi tentang pengumumannya, kemudian ada

	<p>soal tentang cara daftarnya dan sebagainya, kita menentukan itu biasanya balik lagi ke agenda RKP yang tahunan itu kalau disitu sudah ada yang mungkin dari awal kita udah plotting kira-kira bulan segitu tanggal segitu kita bahas itu. Terus kalau misalkan tentang seperti program analog switch off yang dilakukan oleh Kominfo misalnya itu kan jelas periode campaign informasinya kapan, biasanya kita juga ikut itu. Jadi untuk menentukan isunya kalau tentang informasi publiknya yang berkaitan dengan program pemerintah itu ya kita ikut agenda setting dalam tanda kutip agenda settingnya pemerintah. Kalau yang lain informasi publik yang lebih tidak terikat waktu misalkan seperti cara mengurus KTP, cara pindah KK atau bikin Paspor itu biasanya kita lebih fleksibel mau taro dimana aja.</p>
P	Apa saja jenis konten seperti apa yang disebar di Indonesiabaik.id?
N	<p>Kalau jenis konten yang sekarang kita hanya fokus ke infografis dan video. Infografisnya seperti yang dilihat di Indonesia Baik kaya infografis seperti itu, tapi rata-rata semuanya kita merujuk pada sumber resmi pemerintah. Infografis itu ada 2 yang pertama infografis yang biasa dan yang kedua infografis dinamis yang ada animasinya kaya video tapi pendek banget, kalau konten yang berkaitan dengan foto atau story foto kita buat juga tapi jarang maksudnya infentual aja, karena kita menganggap itu produksinya cepat dan instant jadi kalau misalkan ada hari-hari tertentu misalkan seperti pidato presiden atau apa yang membutuhkan konten banyak diselesaikan dalam waktu cepat kita buat konten seperti itu. Kalau konten videonya yang rutin itu ada 2 jenis yang pertama video yang newsroom video yang merespons daily issue sebenarnya kaya berita aja tapi kita sampaikan dengan gaya Indonesia Baik seperti kita masukan data-data, kita masukan peraturan dan lain sebagainya, lalu yang kedua video yang lebih casual seperti misalnya lebih menjelaskan tentang satu hal atau mungkin hari-hari besar. Tapi mulai tahun depan kita mungkin geser prioritasnya video itu kita buat videonya hanya cuman untuk merespons daily issue sama hari-hari besar tadi dengan format 1 menit sampai 1 menit lebih, sama satunya video yang bahasannya panjang misalkan seperti kita bahas soal Papua kenapa 6 Provinsi terus kenapa dipecahkan kita bahas dari sisi pemekarannya kita bahas tujuannya, kita bahas peraturan yang dilakukan disitu, kemudian kita sampaikan sebisa mungkin kita sampaikan dampak ke masyarakat apa, jadi videonya panjang dan lebih detail. Kalau motion grafis yang full animasi dulu kita pernah bikin cuman dari sisi effort, waktu, dan engagementnya tidak terlalu worth it akhirnya kita hilangkan produksinya.</p>
P	Kalau untuk informasi yang pemerintahan itu apakah termasuk jenis informasi publik?
N	<p>Kalau jenis informasi publiknya mungkin lebih kepada salah satunya mengenai kinerja tapi kita juga menyampaikannya tidak melulu dari sudut pandang pemerintah ga melulu dari administrasi jadi misalkan kita membahas mengenai pemerintah membangun bendungan, nah kalau misalkan informasi seperti itu kan dari media mainstream ataupun humas pemerintah itu biasanya menyampaikannya seperti presiden meresmikan bendungan dimana 5W1H-nya, kalau kita fokusnya tidak seperti itu, karena kita bukan humas pemerintah kita penyampai informasi publik yang kita sampaikan lebih kepada mengenai bendungan itu dibangun untuk apa, terus kalau ada detail anggaran nah anggarannya bagaimana, nah terus dampak utamanya kemasyarakatnya apa, lebih ke dari sudut pandangnya mungkin berbeda dengan humas pemerintah ataupun media mainstream, bukan berita serta merta juga karena kita</p>

	<p>risetnya itu berdasarkan data informasi resmi kemudian kita tidak punya jurnalis yang turun kelapangan jadi semua dikerjakan di dapur sini jadi kita bergantung pada sumber yang sudah rilis dari KLD jadi dari Kementerian, Lembaga, dan pemerintah daerah yang sudah matang dan sudah ada dasarnya, entah itu dalam bentuk dokumen atau dari rilis resmi website pemerintah tersebut, jadi kita mengacunya pada itu jadi kita ga bisa menyampaikan secara serta merta bahkan kalau ada istilahnya secara tidak resmi seperti ada slogan benar itu wajib cepat itu bonus. Kalau untuk informasi mengenai badan publiknya lebih kepada apa yang tugas mereka sama layanan mereka, jadi lebih ke pelayanannya dan jatuhnya layanan publik, jadi kita ga ada moment untuk menghandle membahas satu tentang imigrasi itu tugasnya ngapain itu enggak tapi kita fokus pada layanan publiknya mereka.</p>
P	Untuk sumber kontennya, apakah berkoordinasi dengan kementerian terkait atau melalui Kominfo?
N	<p>Engga, kita engga secara langsung ke kementerian terkait, jadi karena kita pakai SOP yang sudah mengacu pada dokumen atau sumber resmi makanya kita selain kita ga ada orangnya juga kita tidak berkoordinasi langsung dengan kementerian terkait, baru kemudian kalau misalkan ada pertanyaan dari netizen yang berbeda dan butuh konfirmasi kita tetap berkoordinasi dengan kementerian lembaga. Tapi kalau secara approval atau apa kita tidak pernah berkoordinasi dengan kementerian lembaga. Kalau mungkin ada dari kementerian lembaga itu juga berkoordinasi dengan kita, jadi kalau misalkan ada mereka butuh sosialisasi apa biasanya mereka akan mengirimkan bahan memang udah resmi itu dari mereka baru dari situ kita olah, kalau persetujuan perencanaan konten sampai approvalnya semuanya dikerjakan dari Kominfo sini. Jadi untuk sumber kontennya mencari sendiri, tidak ada yang keluar tidak ada sumber langsung wawancara yang keluar tidak ada, hanya mengandalkan dari website, surat, dokumen resmi dan data resmi.</p>
Tahap Pengorganisasian	
P	Berapa jumlah anggota atau staf yang ada di dalam Indonesia Baik?
N	<p>Jumlahnya ada 10 diluar dari redaktur pelaksana, wakil pimpinan redaksi, dan pimpinan redaksi.</p>
P	Apakah sudah sesuai dengan kemampuan masing-masing staf dari pemberian tugas tersebut?
N	<p>Pembagian tugasnya yang memang sesuai dari skill mereka di awal ketika masuk disini, kita memang mencari anggota untuk mengisi posisi itu.</p>
P	Apakah sumber daya manusia yang ada dalam mengelola Indonesiabaik.id sudah sesuai? atau masih terdapat kekurangan sumber daya manusianya?
N	<p>Kalau kurang iya, tapi tapi kan gini maksudnya kalau kita misalnya dari tim Indonesia Baik punya jumlah tim yang lebih banyak lagi gitu kan, itu pasti secara outputnya kita juga akan lebih masif, secara konten kualitasnya lebih bagus, produksi juga lebih cepat gitu kan, tetapi dengan plotting jumlah yang sekarang dengan 10 orang tim produksinya juga cuman 6 gitu kan yang mulai bikin script, bikin video dan bikin grafis kan 6 orang, cuman tim produksinya totalnya 6 orang yang mengerjakan itu memang terbatas harus memang kita akui memang terbatas. Tetapi solusi dari itu karena jumlah yang tidak bisa ditambah maka yang dilakukan kita fokus pada konten-konten yang memang prioritas dan apa namanya bisa dibuat dengan baik gitu. Bukan kurang, tetapi kalau lebih banyak akan lebih baik.</p>

Tahap Pelaksanaan	
P	Bagaimana pengarahan yang dilakukan kepada tim dalam mengelola Indonesiabaik.id?
N	<p>Yang jelas sih, kita selalu berusaha untuk menyamakan visi kita nih tugasnya sebagai apa gitu, menyampaikan informasi publik itu ya kenapa harus disampaikan, kenapa konten itu perlu segera naik, sama misalnya teman-teman Copywriter itu kenapa alasannya kita harus pakai sumber pemerintah padahal kadangkannya susah karena di media mainstream banyak, di media mainstream itu udah ada seliweran kita sendiri masih ragu-ragu posting karena kita belum menemukan sumber resminya gitu, karena mereka media mainstream itu mereka bisa korespondensi langsung kepada sumbernya. Tapi kalau korespondensi kepada sumbernya itu pun kita gabisa jadikan pegangan ketika belum ada dokumen atau informasi ya terulunya resmi, nah itu agak-agak susah ya, tapi ya kembali lagi kita sampaikan bahwa tujuan kita itu ya menyampaikan berita yang ga cuma rumor gitu pada masyarakat. Impactnya mungkin kita akan happy ketika respon di masyarakat itu bagus. Mungkin ada beberapa hal juga yang saya disini sebagai Editor secara pribadi ya apa berusaha untuk lebih menghargai kerja keras teman-teman sama berusaha mendengarkan. Memang ada transisi dari kita yang selama ini interaksinya kalau ketemu langsung itu udah ngasih tugas selesai. Apalagi mostly by teks diterimanya kaya marah-marah padahal biasa aja gitu ya. Jadi dengan kita berusaha untuk improve semoga teman-teman tetap semangat.</p>
P	Bagaimana cara tim Indonesiabaik.id dalam membuat suatu kontennya?
N	<p>Oke, kalau informasi pemerintahan, misalnya soal pemekaran wilayah itu kan yang terakhir misalnya Papua Barat Daya kan disahkan dengan Undang-Undang nomor berapa saya lupa tapi pada tahun ini ya, itu kan informasi yang harus disampaikan ke masyarakat juga meskipun ada unsur ke Indonesia-annya tapi itu juga informasi pemerintah, dari situ dari itu kan kita berangkatnya berarti dari informasi terkini kemudian pakai sumber pemerintah juga, itu biasanya langsung teman-teman dari Copywriter meskipun itu tidak ada di perencanaan tapi ketika itu terjadi dan menurut kita penting untuk diangkat akan kita angkat, setelah itu teman-teman dari Copywriter mengusulkan diskusi kalau secara, secara tim kecil gitu saya yang akan putuskan tapi kalau misalkan isunya krusial saya akan minta arahan dari Subdit Mas Dimas atau kita ajukan ke yang lebih tinggi lagi gitu lah. Nah dari situ setelah diputuskan oh ya kita mau bikin itu, Copywriter akan menyusun ini anglenya mau dibuat seperti apa, yang mau disampaikan yang mau di highlight apanya, dan kita berusaha untuk mencari angle yang kemanfaatannya bagi masyarakat gitu kan, kemudian teman-teman Copywriter akan meriset datanya, menyusun bahannya bisa jadi infografis atau video. Biasanya sudah kita tentukan diawal dahulu kalau infografis oke berarti bahannya untuk infografis, video bahannya untuk video. Setelah itu selesai, oke biasanya tidak ada yang salah gitu dan bisa dieksekusi oke bisa dilanjutkan, saya akan bagi ke siapa yang incass untuk mengerjakan itu, incass ngerjain itu misalnya mba Devin yang mengerjakan gitu ngerjain disitu kita juga apa misalnya ada ide apa, ini mau dibikin visualnya kaya apa, apa saja yang ditaruh di visual. kemudian proses didesain, ketika selesai oke kita lihat, kita cek, kita pastikan bahwa informasinya sudah benar, visualnya sudah benar, baru kemudian konten itu siap dipublikasikan. Siap dipublikasikan itu artinya semua aset yang untuk di posting di website, Instagram dan media sosial lain itu bahannya sudah tersedia kita taruh di drive, tinggal nanti</p>

	<p>social media specialist yang akan cari waktu yang paling pas untuk posting itu. Kalau segera ya segera kalau misalnya isunya sedang naik, ya akan segera di naikan. Terus kalau nanti tim di website yang akan memproses ke websitenya. Dalam pembuatan konten ada yang dadakan ada yang tidak, misalnya informasi itu penting banget, terus kadang kalakan sudah ada beberapa media lain sudah buat angle apa saja yang dikasihkin gitu, kadang kalanya juga kita remake konten dengan cara kita, ada juga konten yang seperti itu. Tapi karena itu tadi, kita bukan media yang serta merta gitu ya itu biasanya jarang kecuali misalnya isunya penting dan harus disampaikan, yaudah kita buat seperti itu. Biasanya yang mekanismenya request, penting berarti yaudah itu akan mendistract pekerjaan yang hari itu yang seharusnya dilakuin, ini prioritas dulu.</p>
Tahap Pengawasan	
P	Bagaimana cara mengevaluasi hasil kinerja tim Indonesiabaik.id?
N	<p>Mengevaluasi hasil kinerja, kalau kinerja selama ini apalagi tadi karena masih pandemi juga gitu kan apalagi kita ga jarang banget interaksi langsung bareng-bareng apalagi pas teman-teman ngumpul kita diskusi, jadi ya selama ini yang mostly penilaian ataupun kritikan itu aku sampaikan kepada teman-teman dalam konteks ya udah masing masing gitu kan itu evaluasi kinerja. Terus kalau performa konten yang dibikin, iya itu lebih secara formal gitu ya, masa iya bikin laporan kontennya yang performanya gimana itu, juga sekaligus sebagai evaluasi, dan iya sekarang sih kita sedang trial buat kita pada briefing harian setiap pagi, kita ada diskusi perencanaan mingguan gitu. Nah termasuk di situ mungkin evaluasi-evaluasi kecil itu juga akan kita lakuin gitu secara formal dan informal. Rapat evaluasi itu kita ada, kalau di tahun ini ada sebulan sekali itu kita ada meeting di luar, meeting yang emang biar fokus, cuma di situ kita punya tugas lain seperti bikin booklet dan sebagainya yaitu mungkin secara resmi memang kita meeting evaluasi bareng-bareng itu termasuk evaluasi itu disampaikan oleh direktur ataupun koordinator subdit. Kalau secara timnya sebenarnya kita itu terutama sebelum pandemi itu kan kita masih sering rapat mingguan, kalau sekarang sih terutama pandemi kemarin kita juga jarang banget ngumpul-ngumpul bareng gitu, kita lewat zoom aja pun nggak rutin. Tapi secara yang kita trial ini apa namanya akan kita coba jadi ada briefing harian sama mingguan itu ya seluruh tim. kalau untuk penentuan agenda setting itu kita rapatnya seluruh direktorat satu direktorat itu biasanya kalau tahun ini ya hari Rabu setiap hari Rabu itu tapi dari Tim Indonesia baik tidak semuanya ikut jadi hanya perwakilan aja dua orang atau tiga orang terutama copywriter karena yang berkaitan dengan tugasnya langsung tapi di situ di rapat agenda setting itu gaada evaluasinya si paling evaluasinya cuman hanya sekedar saja kita fokus ke perencanaan.</p>
P	Bagaimana pengendalian yang dilakukan dalam mencegah kesalahan tim Indonesiabaik.id dalam membuat konten?
N	<p>Berdasarkan SOPnya misalkan dari sisi copywriter itu fokus utamanya gimana sumber informasinya itu memang dari ada pendukung data resminya terus rencana yang sudah dikeluarkan rencana grafis itu sematang mungkin bahannya jadi baik dari sisi typo atau kalimat itu outputnya udah sematang mungkin. Jadi ketika dieksekusi grafis ketika teman-teman grafis itu fokus pada visual udah ga terlalu banyak mikir teksnya lagi, apalagi kadang butuhnya cepat itu kan rawan kesalahannya. Kalau mencegah itu pertama dari sisi ketika sudah jadi rencana tadi bahan tadi terutama saya yang punya tugas langsung akan memeriksa bahannya itu sudah benar atau belum, itu tahap</p>

	<p>pertama. Tahap kedua setelah grafisnya selesai itu, saya juga memastikan bahwa kadang kala ada teks yang berubah, ataupun ilustrasi atau gambar yang ga sesuai nah itu saya yang memastikan apa itu sudah benar atau belum. Nanti sebelum di publish biasanya social media specialist yang publish ke media sosial itu juga istilahnya mengecek bahwa informasinya itu sudah sesuai karena kan harus nyusun caption dan lain sebagainya. Jadi mencegahnya kita dari tahapan-tahapan tadi. Tapi semua orang sudah tahu bahwa untuk mencegah tadi semua orang sudah tahu, copywriter dia sendiri juga harus memastikan datanya memang resmi, datanya ga hanya ngasal ngambil dari media. Meskipun dengan tahapan seperti itu tetap saja ada bolongnya atau kadang-kadang secara perspektif dianggap salah, misalnya ketika ada quote menteri karena kita bahas sesuatu gitu kan, karena dari kementerian tersebut takutnya masyarakat menerjemahkan lain, karena kan dari kita secara pertimbangan visual dan lain sebagainya atau pun bahan yang kita perlukan cuma segitu quotenya ada beberapa kalimat yang kita potong. Nah itu dari kita bisa aja bukan salah tapi dari perspektif kementerian yang bersangkutan ternyata kurang tepat terus mereka feedback ke kita. Nah yang bolong-bolong seperti itu kan kadang-kadang sudah kita publish yaudah mitigasinya ini bukan pengendalian ya, mitigasinya kita segera archive dan segera produksi yang baru. Salah satu cara biar konten kita itu valid, kita selalu cantumkan sumbernya di konten kita dan tanggal produksinya. Jadi kalau misalkan ada permasalahan seperti tadi kita produksi konten misalkan tanggal 12 kemudian ada permasalahan maya tadi dan membuat kita harus ubah, meskipun ubahnya hanya satu atau dua kalimat konten itu akan kita revisi dan kita kasih produksinya pada tanggal yang baru. Soalnya pernah ada kejadian, apalagi kita ngomongin data ya, misalkan data ini valid untuk saat ini tapi tahun depan belum tentu atau bisa jadi udah ga valid.</p>
<p>Hambatan dalam mengelola Indonesiabaik.id</p>	
<p>P</p>	<p>Apa saja hambatan dalam mengelola Indonesiabaik.id dalam menyebarkan informasi publik dan bagaimana cara tim mengatasi hambatan tersebut?</p>
<p>N</p>	<p>Hambatan tapi sebenarnya ya ya udah kita lakuin dan memang harus dilakukan seperti itu, misalnya informasi tersebut sudah viral sudah ramai di media mainstream tetapi kita belum dapat konfirmasi dari pemerintah, informasi yang sebenarnya seperti apa. Nah untuk hal-hal seperti itu kita juga gabisa terburu-buru untuk membuat informasi terkait karena kita harus bisa mastiin bahwa informasi kita itu valid dan bisa dipertanggung jawabkan buat masyarakat. Nah dari situ mungkin yang menjadi hambatan teknisnya ya teman-teman dari riset belum ada nih data yang bisa mengkonfirmasi ini meskipun isunya sudah berkembang di masyarakat. Kalau di timnya misalnya ketika temen-temen desainer konten itu sudah jadi lalu dikoreksi gitu kan karena sudut pandang yang salah atau penyampaiannya salah jadinya koreksinya tuh panjang terus seolah-olah bikin lagi dari awal. Nah itu mungkin kendala soal dari visinya atau dari framing yang disampaikan oleh teman-teman copywriter tujuannya kemana namun belum bisa ditangkap sama teman-teman design secara tepat. Tapi mungkin dengan trial yang kita coba diskusi tiap pagi ini mungkin kendala yang seperti itu bisa kita coba atasi mungkin kita bisa selesaikan. Kalau kendala lain seperti tahun lalu, terkait alat dan sarana prasarana itu tetapi sekarang sudah mulai berdatangan alatnya jadi itu mempermudah tim dan secara ruangan kamu bisa lihat sendiri kita pepet-pepetan dempet-dempetan. Yamungkin solusinya kita bisa kedepannya bisa set-up ini gimana caranya ini bisa jadi kaya ruang produksi media</p>

yang gampang untuk berdiskusi secara langsung. Kalau dari agenda setting hambatannya bukan hambatan si sebenarnya karena agenda setting itu menurut kami sendiri kadang terutama dari produksi kami itu isu yang diangkat itu banyak dan tidak benar-benar difokuskan headlinenya apa jadi kita juga akhirnya masih harus memilah-milih sendiri agenda setting mana yang harus diprioritaskan untuk dipublikasikan.

INFORMAN 2

Narasumber: Ali Ridho

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Jabatan: Social Media Specialist

Lokasi : Kantor Indonesiabaik.id

Kementerian Komunikasi dan Informatika (KemenKominfo)

Jl. Medan Merdeka Barat No.9, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir,

Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110.

Waktu : Rabu, 4 Januari 2023, Pukul 09:00 WIB

Interviewer : Sri Dewi Larasati

Kode : P = Pewawancara

N = Interviewer/Narasumber

KODE	TRANSKIP
P	Selamat pagi Mas, boleh perkenalkan diri nama serta jabatannya?
N	Ya selamat pagi Mbak Dewi ya. Perkenalkan nama saya Ali Ridho saat ini saya menjabat sebagai sosial media analis di Indonesiabaik.id salah satu dari medianya Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), jadi masih bawah di Subdit Audio Visual dan Media Sosial. Saya disini sudah sejak 2019 berarti jalan 4 tahun ya, mau jalan tahun ke-4 di tahun ini. Sesuai aja sih sesuai dengan yang ada di sini ya lebih tepatnya jabatannya sebagai digital sosial media analis di Indonesia Baik..
P	Apa itu Indonesiabaik.id?
N	Nama Indonesia Baik itu kami pilih awal adalah karena kami rasa saat itu di tahun antara 2017 dan 2018 kan Indonesia atau negara kita kan sedang ramai dengan apa ya kayak perpecahan lah gitu bisa dibilang perpecahan lah ada yang ada yang kubu a kubu b kemudian berdasarkan agama a agama b, jadi berdasarkan hal tersebut kami merasa Indonesia ini sedang nggak baik-baik aja gitu dan akhirnya meskipun sebelumnya media ini sudah ada bukan nama Indonesia Baik sih sebelumnya ya, akhirnya kami mencetuskan oke kalau gitu sebagai langkah kita teman-teman di pemerintah gitu khususnya untuk mencoba membantu agar media-media ini jangan memberitakan informasi tentang negara kita ini yang jelek-jelek aja gitu, jadi ya kita merasa nama Indonesia Baik itu mewakili semuanya sih. Jadi bukan berdasarkan

	karena dulu ada akun Indonesia Buruk atau apa nggak juga, jadi itu tadi karena adanya banyak perselisihan di tahun-tahun tersebut dan juga waktu itu kan hoaks lagi bergerilya sekali ya. Nah jadi oleh karena itu Indonesia Baik ini muncul harapannya sebagai media informasi yang bisa jadi rujukan utama bagi masyarakat.
Tahap <i>Share</i> (Membagikan)	
P	Apa jenis informasi yang disebar di Instagram Indonesiabaik.id?
N	Yang jelas, sesuai dengan apa namanya kebutuhan saat Indonesia Baik itu muncul ya ada. Jadi kami itu fokusnya adalah menyebarkan informasi terutama terkait dengan program pemerintah jadi informasi-informasi baik itu terkait apa namanya program-program utama kemudian juga informasi-informasi terupdate dari pemerintah itu kami coba informasikan hanya saja bedanya adalah kami mencoba untuk masuk ke dalam followers atau teman-teman yang notabene usianya itu milenial atau dibutuhkan orang-orang bummer itu sih.
P	Siapa target audiens dari Instagram Indonesiabaik.id? Kenapa alasannya memilih target tersebut?
N	Ya seperti yang tadi bilang ya, jadi targetnya itu adalah kalau dispesifikan secara usia itu target kami itu di usia relatif muda, jadi usia 18 tahun itu paling umumnya tapi bisa jadi yang mengkonsumsi kan bisa jadi nggak cuman usia 18 tahun aja aja ya dan juga sampai usia 35 tahun. Jadi di usia-usia tersebut itu, kami fokus di usia-usia followers tersebut. Kenapa mengambil fokus ke usia tersebut itu karena yang pertama apa ya berdasarkan dari riset kami sih jadikan saat awal ada Indonesia Baik kami nggak langsung bikin oke kita langsung fokus ke usia-usia ini usia muda, tapi kita coba main di Instagram itukan sudah sejak 2017 ya, jadi kita coba analisis kita coba research sebenarnya sih kebanyakan audiens kita itu usianya berapa sih, meskipun sebenarnya ya usianya itu ya variatif gitu ya, tapi yang paling banyak itu usia 18 sampai 35 tahun ada sekitar hampir 70%, jadinya dengan alasan tersebut akhirnya kami fokus di sana dan akhirnya konten-konten kami juga menyesuaikan, kalau misalkan Mbak bisa lihat kan konten-konten kami kan kebanyakan ilustrasi mencoba sesekali bikin animasi setidaknya itu menginformasikan program pemerintah tapi nggak kaku gitu.
P	Apa tujuan dari Instagram Indonesiabaik.id?
N	Ya jadi sesuai dengan visi misi kami Indonesiabaik.id adanya utamanya adalah untuk menyebarkan informasi program pemerintah khususnya. Jadi kemudian kami juga punya slogan “Yang Muda Suka Data” jadi harapannya adalah ketika mereka atau audience melihat informasi kami, melihatnya tuh bukan hanya deskripsi hanya narasi-narasi atau informasi Breaking News aja kayak misalkan ada informasi terkait penurunan harga BBM yang kemarin terjadi, kami nggak cuma kasih judul dengan penurunan harga BBM saat ini sudah ditentukan besarnya sekian, tapi kami akan memberikan data, datanya adalah penurunan ini adalah penurunan jumlahnya berapa, kalau dibandingkan dengan jenis BBM lain apakah ini sudah termasuk penurunan yang lumayan drastis atau enggak, jadi kita tetap kasih data dan juga yang tadi slogannya yang muda suka data yang mudanya itu adalah mereka-mereka yang teman-teman atau audience yang muda-muda ini bisa cepat memahami itu sih
P	Apakah Indonesiabaik.id merupakan media yang menangkal hoaks atau konten negatif?
N	Mayoritas secara langsung tidak, jadi kalau dibilang menangkal hoaks misalkan kalau di Kominfo itu kan punya ya, Kominfo anti hoaks atau apa ya kalau nggak salah, kalau

	<p>itu kan lebih terlihat banget kalau itu memang tujuannya adalah menangkal hoaks, ketika ada informasi misalnya di WhatsApp Group apa nanti oleh Kominfo langsung di tangkal. Kalau kami kan lebih ketika ada informasi yang lagi hype di masyarakat lagi ramai. Kami coba riset dulu kayak misalkan tentang UU Prakerja dan lain-lain itu ya, kami coba research dulu sebenarnya informasinya ini apakah sudah sesuai dengan yang diberitakan oleh media-media mainstream itu gitu ya, karena kadang bukan bukan berarti menjelekkan ya maksudnya, kadang media mainstream kan yang penting judulnya clickbait dulu ya. Nah kami ingin meluruskan itu kami ingin lebih memperlengkap informasinya, apakah memang betul yang diinformasikan. Nah setelah itu ketika kita udah research udah analisis semua informasinya baru kita buat kontennya berupa tadi infografis atau video dan lain-lain gitu.</p>
P	Melalui media apa saja Indonesiabaik.id menyebarkan informasi?
N	<p>Saat ini hampir di semua media sosial kami punya ya, baik itu di Instagram, Facebook Twitter, kemudian di YouTube dan juga di TikTok gitu ya itu kami juga ada dan juga website juga kami ada, cuma dari awal fokusnya dari 2017 2018 itu kami memang fokusnya adalah di Instagram. Jadi kami rasa Instagram ini adalah media yang sepertinya semua orang bisa masuk ke sana gitu, jadi meskipun ada Twitter, ada Facebook, ada YouTube gitu ya. Tapi tetap Instagram itu adalah semua konten-konten kami itu masuknya ada di sana, yang lain itu hanya sebagai pendamping aja sebagai ketika ada yang nggak pakai Instagram. Nah ya udah bisa lihat di Facebook dan lain-lain.</p>
P	Hal apa yang melatarbelakangi memilih media sosial sebagai media penyebaran informasi?
N	<p>Ya itu ini Mbak awalnya, jadi dulu sebelum Indonesia Baik ini ada, dulu ada namanya kampanye dari lingkup Kominfo khususnya di Direktorat Pengelolaan Media yaitu One Day One Infografis, jadi awalnya itu kami itu punya target untuk membuat satu hari satu infografis atau sebuah grafis atau sebuah konten gitu ya, tujuannya itu awalnya. Nah kemudian berjalannya waktu, ketika kami membuat infografis kalau hanya dibuat aja buat apa, kenapa nggak kita sebar, kan pilihannya banyak tuh untuk menyebarkan, bisa di website, terus saat itu kan media sosial khususnya di Instagram juga lagi naik-naiknya ya zaman itu ya, jadi kami rasa yang memungkinkan untuk disebar mau nggak mau ya di media sosial gitu, website oke kita punya website tapi kalau kita kasih berupa desain infografis atau konten itu kami rasa kurang pas ya, karena kadang orang perlunya membaca secara rinci membaca secara lengkap, jadi untuk menyebarkan informasi ini kan kami pilih di media sosial karena penyebarannya kami anggap saat itu adalah penyebaran paling mudah, jadi nggak mungkin dong kalau kita ketika punya konten udah kita mau kasih aja ke ini ke mana namanya media atau ke masing-masing Kementerian gitu, kayaknya terlalu manual gitu kenapa nggak kita taruh aja di media sosial, selain kita target one day one infografis itu dapat kemudian nanti informasi yang kita sampaikan kita yang kita bikin itu juga nyampe ke masyarakat gitu, jadi kenapa pilihan media sosial ya itu sih.</p>
P	Kenapa memilih media sosial Instagram?
N	<p>Ya jadi di awal 2017 itu Instagram itu kan yang lagi happening banget ya kemudian sampai sekarang pun kami terus mempertahankan media sosial terutama di Instagram itu karena memang secara fakta kalau dilihat dari apa namanya hotsuite kalau nggak salah analitiknya hotsuite itu we are social.com itu Instagram itu masih menempati</p>

	<p>urutan ketiga sebagai media sosial tinggi yang digunakan di Indonesia yang pertama itu kan saat ini kan WhatsApp bisa dibilang ya media sosial pesan Messenger itu ya Terus yang kedua itu udah mulai ada Tik Tok di tahun 2023 ini ya gitu tentunya kalau di sebelumnya Instagram masih merajai jadi berdasarkan hal itu kami anggap Instagram ini lebih banyak penggunanya itu yang pertama lebih banyak penggunanya kemudian fitur-fiturnya atau konten-kontennya bisa diposting itu lebih beragam jadi kalau di Instagram itu kita bisa ngasih konten gambar video dan juga bisa memaksimalkan misalkan di instastory dan lain-lain gitu ya dan juga kita masih bisa bikin caption panjang gitu ya sebagai informasi pelengkap sedangkan kalau di lain-lain kayak di Twitter itu kan masih terbatas ya meskipun kita masih bisa bikin thread atau utas namun tetap terbatas gitu Jadi kami anggap Instagram ini penggunanya masih banyak dan juga Mbak lihat instagram kita secara pengikut gitu ya itu juga cukup mengungguli ya kalau dibandingkan dengan media pemerintah yang lain ya kecuali media sosial utama Kementerian misalkan Kominfo punya media sosial utama kemenKominfo udah pasti kami masih di bawah lah tapi kan kadang masih ada beberapa orang yang melihat Indonesia baik itu bukan media pemerintah gitu loh jadi secara followers dan engagement itu kami cukup baik sih Mbak gitu.</p>
P	Apakah konten yang disebar di media sosial Instagram saling terhubung dengan media lainnya?
N	<p>Jadi kalau tadi yang saya sampaikan ya kami itu fokus di Instagram, media lain itu kami punya, cuma media lain itu hanya sebagai pendamping aja Mbak, jadi ketika misalkan di Instagram ini memposting konten a pasti nanti di media sosial lain itu ada pasti ada, cuma itu tadi itu kan bukan fokus ya, cuma ada lagi yang satu media sosial itu yang berbeda banget sih yang memang kami coba explore sampai sekarang itu coba explore. Jadi konten-konten di Instagram atau di Facebook dan lain-lain belum tentu ada di media sosial itu. Itu ada di TikTok, jadi di TikTok itu kami coba mempelajari audience kami karena kan ini beda lagi ni, kalau kami coba kasih konten-konten yang sudah ada di Instagram rasanya kurang pas gitu. Jadi kami coba bikin konten-konten yang sifatnya itu ya lebih ke edukasi dan informasi ke masyarakat tapi itu tadi harus pakai figur ya maksudnya harus ada orang gitu loh ya, baik itu yang memperagakan atau sebagai modelnya gitu. Jadi kurang lebih semuanya sama mbak ya, itu saling berhubungan karena memang cuma sekedar biar ada aja di sosial media lain kecuali TikTok itu tadi ya kami masih coba explore sampai sekarang.</p>
P	Apakah di media sosial Instagram Indonesia Baik itu isinya hanya seputar mengenai pemerintahan?
N	<p>Ya jadi sesuai tadi yang udah dijelaskan mayoritas program pemerintah, karena memang karena kami ada di bawah Kominfo ya secara langsung dan itu dikelola Direktorat Pengelolaan Media, jadi kewajiban kami adalah menyebarluaskan informasi mengenai program pemerintah, ada kalau perbandingan persentasenya sekitar 90% itu program pemerintah, cuma kita kemasnya seakan-akan orang membaca itu bukan program pemerintah gitu, jadi orang bisa membacanya dengan lebih enak, nggak kayak baca draft-draft dokumen-dokumen yang banyak gitu, nah cuma berjalannya waktu ada 10% lagi program pemerintah 10% itu akhirnya kami kasih untuk hal-hal yang lain, maksudnya hal-hal yang lain itu apa kita coba explore Mbak, kalau misalkan kita kasih dari hari Senin sampai Jumat itu program pemerintah khawatirnya audience kami kok ini lama-lama kok kayak buzzing ya itu, khawatirnya seperti itu ya mbak, jadi kadang</p>

	<p>di weekend atau misalkan dalam sehari itu kita nyelipin satu konten gitu ya terkait tips gitunya atau How to kayak misalkan seperti ini gimana sih caranya untuk membuat paspor online misalkan seperti itu, terus gimana sih cara eh terus kita bikin kayak informasi-informasi terkait prestasi-prestasi Indonesia gitu ya kayak Asian Games kemarin kita bikin rubrik khusus dalam sebulan itu tentang capaian-capaian tim kita Kontingen kita di Asian Games gitu dan juga di Pon dan lain-lain, jadi kalau kita paksain di program pemerintah semuanya kami juga belum apa ya yakin kita kami akan dapat engage atau audience yang akan betah di akun kita jadi kita coba siasati dengan ya ada rubrik-rubrik lain juga selain pemerintah.</p>
P	Bagaimana cara pemilihan konten yang akan diunggah setiap hari?
N	<p>Ya jadi kami gini Mbak setiap kalau secara mingguan kami akan ada semacam meeting lah ya meeting untuk membahas kita mau bikin konten apa nih minggu ke depan isu-isu apa yang lagi naik isu-isu apa yang perlu kita luruskan informasinya, kemudian selain itu kami juga bekerja sama dengan kementerian lembaga lain yang mereka itu juga punya semacam rencana-rencana juga kedepannya kemudian di Kominfo sendiri di Direktorat Pengelolaan Media punya namanya agenda setting setiap hari Kamis jadi udah nentuin kita mau bahas apa aja seminggu ke depan, dari hari Kamis awal ini misalkan sampai hari Rabu depan itu seperti itu jadi udah ditentukan jadi berdasarkan hal tersebut kami coba ambil, kan Itu banyak banget nggak mungkin semuanya kita ambil kita coba ambil yang sekiranya penting banget atau urgen itu maksudnya urgensinya itu benar-benar udah ditahap di satu lah sudah harus diprioritaskan. Nah itu kami pilah-pilah gitu mana yang mau diangkat kemudian untuk postingnya kita udah scheduling jadi nggak semuanya misalnya teman-teman dalam satu hari ini bikin tempat konten nggak langsung di posting saat itu juga Mbak, Jadi kami coba schedule misalnya dalam hari itu maunya di jam berapa atau kita mau coba sengaja ditaruh di 2 hari selanjutnya gitu misalkan karena program ini masih masih enggak terlalu urgent kita masih bisa taruh di hari-hari selanjutnya, jadi kita selalu punya cadangan konten apa yang mau di posting gitu ya dan perencanaan-perencanaan itu berdasarkan dari agenda setting program-program pihak kementerian atau lembaga jadi gitu kita ambil semua misalnya kita bendung dulu kemudian kita pilah-pilah mana yang mau diambil.</p>
P	Apakah dalam menentukan agenda setting itu hanya dari tim Indonesiabaik.id atau Kominfo ikut?
N	<p>Kalau agenda setting itu satu Direktorat Pengelolaan Media di Kominfo itu ikut. Jadi kami nih rapat kita bahas nih mau bikin agenda apa nih dalam seminggu ke depan kita sepakati dulu nah ketika sudah nemuin tema-temanya topik-topiknya apa nah itu baru kita pilah-pilah mana nih ya kira-kira cocok karena kan kadang enggak semua informasi itu cocok ya untuk diinformasikan khususnya di Indonesia Baik yang mana informasinya itu bukan berupa artikel melainkan konten jadi kita benar-benar pilah-pilah dulu dan kalau udah dapat nih dari agenda setting oh ini oke nih untuk kita reset kita cari-cari informasi untuk konten gitu sih dalam menentukan agenda setting dilakukan seminggu sekali kalau dari tim Indonesia Baik itu seminggu sekali itu akan selalu ada meeting bahasanya meeting besarnya lah ya, jadi tiap hari Jumat kalau misalnya rapat besarnya kan dari Kamis ya dan hari Jumat kami itu akan mengagendakan untuk seminggu ke depan mau bahas apa aja karena kan udah dapet agenda setting nih hari Kamis kemudian udah ada rencana-rencana dari K/L lain</p>

	<p>lembaga-lembaga lain dan kita omongin di hari Jumat itu semua cuman di tiap harinya dari hari Senin sampai Jumat itu ya kami itu biasanya ada semacam brain storming gitu antara tim misalnya kan mana nih prioritas konten yang harus dibuat hari ini dan mana yang prioritas di posting segera jadi kita berani dulu kemudian konsepnya kayak misalnya sekarang kan kalau dilihat Indonesia Baik nggak terlalu udah sedikit mulai mengurangi infografis tapi memperbanyak konten-konten video jadi kita bikin kayak semacam scriptnya seperti apa mikirin harus seperti apa siapa sih figurnya ketika ada di depan kamera dan lain-lain semua itu sih</p>
P	Bagaimana bentuk konten yang disajikan Instagram Indonesiabaik.id dalam menyampaikan pesan?
N	<p>Ya jadi itu tadi ya kita kan dari awal itu awal 2017 itu emang udah fokus di infografis karena saat itu kan memang lagi hype banget orang banyak banget buat infografis dan lain-lain cuma makin ke sini dari tahun lalu kan makin berkembang ya orang sudah mulai sedikit banyak lebih suka dengan video-video yang pendek gitu video pendek yang framenya tegak gitu bukan horizontal lagi nah itu kami coba cuma tahun ini kami coba update atau apa yang coba adaptasi itu ya coba cari tahu sebenarnya kalau kita ini suka nggak sih dengan konten-konten kita nih gitu karena khawatirnya kita terlalu nyaman dengan konten infografis itu Ya udah kita nggak mau ngasih inovasi inovasi dan akhirnya itu tadi sedikit banyak mungkin ada beberapa followers kami yang ada secara research gitu ya bermanfaat kami di tahun lalu itu kenaikannya itu tidak sebanding dengan tahun sebelumnya nah Kami menganggap kalau ternyata sepertinya butuh penyegaran dari segi jenis kontennya oleh karena itu strategi-strategi sebelumnya yang seperti seperti infografis kami Coba kurangi di tahun ini dengan memperbanyak konten-konten video jadi ya sambil terus cari tahu lah ya maunya seperti apa cuma memang kontennya infografis pun masih Sampai sekarang masih banyak diminati Ya secara kan kami bisa lihat gitu ya traffic-nya seperti apa Kalau dibanding konten yang lain baik video Iya infografis kita kayak udah jadi trademark punya Indonesia Baiklah gitu jadi ya bukan berarti kita berhenti di sana Jadi kita tetap coba terus cari tahu</p>
P	Bagaimana tahapan penyebaran di Instagram Indonesiabaik.id?
N	<p>Dari itu tadi kalau misalnya tahap penyebarannya ya sederhana aja ya kita cuma posting aja gitu kemudian kita coba beberapa kali bikin kayak semacam campaign atau kampanye misalnya dalam seminggu kita mau bahas tentang apa nih misalkan dalam seminggu ini karena event-nya berdekatan dengan itu tadi ada tentang ppkm kemudian tentang penurunan BBM season pertama minggu ini kita akan banyak terus kasih informasi tersebut gitu loh tapi ya itu tadi kita nggak cuma posting aja karena kan banyak fitur yang bisa kita gunakan untuk sharing di instastory gitu. Dari bahasa kami berusaha untuk tidak baku-baku banget karena itu tadi audience kami kan kebanyakan usia-usianya usia muda relatif muda dan kayaknya kalau usia 40 keatas itu jarang banget gitu jadi akhirnya kami bikin bahasa-bahasa yang lebih luwes bukan berarti yang luwes itu meninggalkan bahasa yang terlalu Jakarta banget misalkan enggak tapi nanti kita coba buat bahasa yang Indonesia tapi nggak terlalu baku dan untuk pembuatan caption khususnya di Instagram kami akan selalu coba untuk menyematkan two action jadi misalkan ketika kita mau memposting konten kita akan tanya nih misalkan konten kita kasih penurunan BBM tadi kita akan kasih pertanyaan sebagai menurut sohib bagaimana dengan konten tersebut gitu apakah setuju atau gimana gitu</p>

	<p>jadikan dengan dengan adanya pertanyaan seperti itu akhirnya membuat audience atau followers kami itu sedikit terpancing lah meskipun ya agak susah juga mancing followers buat berkomentar sekarang gitu jadi itu salah satu beberapa strategi kami gitulah untuk mencoba.</p>
P	Bagaimana cara Indonesiabaik.id dalam membangun kepercayaan audiensnya?
N	<p>Yang utama jelas tadi kita nggak kasih informasi yang cuma oke ini ada penurunan BBM udah gitu tapi kita coba kasih informasi yang detail sesuai dengan slogan tadi ya yang mudah suka data kita kasih datanya selengkap mungkin sekompit mungkin maksudnya nggak cuma kasih informasi a tapi kita kasih informasi dari a sampai z kalau bisa gitu. Itu sih jadi hal-hal tersebut mungkin yang bisa membuat followers kami itu beberapa kali atau masih sering menjadikan informasi Indonesia Baik itu sebagai patokan selain tadi informasi-informasi dari kementerian atau lembaga terkait nya langsung dan juga yang kedua adalah hoaks sih yang paling penting kami benar-benar menjaga ketika informasi ini belum keluar ketika sedang di reset jangan sampai ini ada unsur-unsur hoax atau ada informasi informasi yang masih janggal ini bener atau nggak nih kata media a kata media b benar nah kita kalau kayak gitu udah mendingan kita hold dulu mending kita cari yang benar-benar dari sumbernya langsung gitu mungkin karena itu followers kami atau mungkin audience lainnya itu masih mempercayakan informasi dari Indonesia Baik.</p>
Tahap Optimaze (Mengoptimalkan)	
P	Bagaimana cara Indonesia baik mendengarkan audiensnya yang sedang membicarakan Indonesiabaik.id?
N	<p>Kalau tools-tools kita pake ya mbak untuk apa namanya mengembangkan atau benar-benar research dalamnya Instagram itu seperti apa kami juga pake tapi yang jelas salah satu menurut kami yang masih berguna itu penggunaan tagar itu masih cukup cukup menjangkau banyak reach lah reach itu bahasanya melihat konten kita gitu ya. Jam posting pun juga kita pikirkan mbak jadi kenapa kita harus posting jam sekian itu ya berdasarkan dari laporan per Minggunya jadi kita selalu trial error misalkan kita posting 04:00 sore oh sepi nih ya udah kita coba posting 05:00 terus besoknya kita coba lagi akhirnya kita menemukan oke misalkan tiap hari Rabu kita akan posting jam sekian karena kemungkinannya itu engage terbesar nya itu dihari tersebut adanya dijam-jam tersebut gitu. Pengecekan hashtagnya itu masih secara manual dan juga ada toolsnya meskipun juga toolsnya belum premium sih tentu sudah banyak tools-tools yang bisa buat cek hashtag cuma di IG pun pengecekan hashtag juga sudah enak sih makin ke sini fitur search hashtag itu di dia juga sudah bisa menampilkan bisa kayak lumayan akurat gitu ya.</p>
P	Bagaimana jadwal schedule yang dilakukan Indonesiabaik.id dalam memposting suatu konten?
N	<p>Jadi gini mbak kita ada dua membedakan konten itu berdasarkan urgensi nya ada yang namanya konten itu cepat dan ada namanya konten aja gitu ya ketika ada konten yang sifatnya urgent atau konten cepat atau breaking news kita sebisa mungkin ketika informasi itu ada terus kita buat kita akan segera posting karena kan kita cari moment karena kan kita kalau main media sosial Yang dicari adalah momen ketepatan waktu itu udah pasti yang dicari yang yang masih menjadi pemain utamanya di situ kemudian konten-konten yang lainnya yang sifatnya nggak terlalu urgent ga kaya konten cepat gitu ya kita akan scheduling misalkan kalau secara daily kan tim kami tuh ada tim</p>

	<p>infografis, design grafis ada tim videografis itu ya jadi dalam sehari nya kita itu memproduksi kurang lebih empat konten itu paling sedikit bisa lebih jadi empat konten itu kita scheduling misalkan dihari selanjutnya misalkan seperti hari Rabu kita akan scheduling konten konten yang dibuat oleh teman teman ini di luar konten cepat tadi di hari Kamis kalau masih ada sisanya kita bisa di hari Jumat nah karena kita di sini kerjanya hanya weekday maksudnya bukan yang media yang tiap hari kerja sabtu minggu kita juga harus punya cadangan konten untuk di hari Sabtu dan Minggu juga Senin mungkin karena kan Senin kan orang baru mau kerjani jadi belum ada konten baru untuk jadi kita punya tabungan konten juga punya konten yang memang bikin langsung harus diposting kalau secara rata rata itu kami tiga rata rata ya itu bisa kurang bisa lebih tapi biasanya seringnya lebih sih jadi kita coba secara setiap harinya dirutinkan itu tiga konten yang kita posting bukan minimal ya tapi rata rata jadi bisa dua mungkin ada beberapa konten yang sifatnya memang breaking news jadi kita udah posting di hari sebelumnya gitu</p>
P	Bagaimana cara Instagram Indonesiabaik.id terlibat menjalin interaksi dengan audiensnya?
N	<p>Khusus di Instagram kami msh menggunakan tadi itu ya fitur-fitur dari Instastory dan juga diposting postingan kami juga kami mencoba di postingan kami itu menyampaikan dalam keadaan sekarang kaya misalkan ini kan lagi ramai tentang lato-lato gitu ya kami coba bikin konten yang dalamnya itu ada gimmick permainan ini gitu kaya misalkan kemarin kita posting di hari Minggu itu konten terkait vaksinasi untuk anak nah ini kan tadi khususnya untuk anak ya oke ini kalau kita kasih gimmick-gimmick tentang hal hal seperti itu jadi kita bikin semacam grafis yang menampilkan lato-lato gitu dan ternyata itu cukup oke juga karena ya itu tadi informasi informasi nya berat tapi kita coba gimana biar masyarakat bisa mau baca gitu. Untuk membalas komentar sebisa mungkin kami aktif, karena kenapa harus aktif yang pertama kami juga punya KPI mbak maksudnya KPI itu adalah target kami punya nggak cuma followers harus mencapai berapa ribu tapi kami juga punya engage tuh harus berapa nih, harus likenya punya berapa, harus komen nya berapa gitu ya dan juga reachnya berapa dan jadi semakin kita aktif membalas komentar ataupun direct message misalkan itukan jadi semakin memperbagus juga performa atau angka dari media sosial kami akun nya gitukan itu sebisa mungkin. Ketika ada pertanyaan yang sama ya kami nggak akan jawab sih, apalagi kalau sudah ada komentar yang berbau SARA ya intinya kotorlah itu biasanya langsung kami report dan block sih.</p>
Tahap <i>Manage</i> (Mengelola)	
P	Bagaimana media monitoring dalam mengelola media sosial Instagram Indonesiabaik.id?
P	<p>Nah itu tadi ya kalau tools kita itu pasti pake mbak tools-tools pihak ketiga itu pasti digunakan Meskipun sebenarnya di Instagram sendiri toolsnya sudah lumayan oke ya kayak insightnya itu juga kita sudah bisa lihat semua performanya setiap minggunya saya sudah bikin analisisnya sudah bikin laporannya benar-benar laporan yang orang lihat bisa baca perkembangannya kayak jadi kaya misalkan dalam satu minggu ini konten yang banyak peminatnya mana kemudian konten yang kurang peminatnya mana kemudian komentar komentar misalkan kebanyakan komentarnya tentang apa biasanya komentar ya lebih kemana lebih ke komentar yang pro atau secara tanda kutip itu negatif gitu ya. Berdasarkan hasil riset dan analisis tersebut akhirnya kami</p>

	<p>bisakan menentukan nih monitoring nya jadi laporan tersebut jadi laporan mingguan bahkan bulanan bahkan tahunan itu jadi acuan pada akhirnya jadi kan kita bisa melihat perkembangan follower sekian perkembangan engagenya nya sekian gitu terus kalau misalkan ini perbandingannya jelek ya dibandingkan sebelumnya atau bulan sebelumnya ketika ada hal nih yang bikin itu jadi menurun nah itu kita cari sama sama apa ini yang menjadi penyebab nya kalau kami yang utama pasti insight dari Instagram untuk dipakai karena itu masih cukup lengkap banget sisanya ya pakainya itu sosial blade itu non premium semua cuma sebagai pendamping aja ada social blade kemudian ada beberapa sesekali kami juga pakai kalau untuk twitter biasanya pakai twittimer kalo nggak salah itu ada juga kemudian ada juga sosial buzz kita pakai, adalah beberapa cuma tetap dari setiap media sosial itu punya tools tersendiri tools analitiknya sendiri tapi kami tetap pakai yang intinya aja maksudnya misalkan Instagram punya insight, twitter punya twitter analitik ya kita pakai disana. Kalau membalas di direct message mungkin sudah pakai tools otomatis mau kalau di komentar kan nggak bisa ya karena komentarnya kan beragam sekali dan itu lebih ke menanyakan hal yang spesifik tergantung dari konten tersebut mayoritas masih manual. Tiap tahunnya pun kita punya semacam survei mbak kaya misalkan di tahun 2022 lalu kita bikin survei untuk para followers ataupun mungkin yang belum jadi followers untuk tahu nih sebenarnya udah seberapa kenal dengan Indonesia Baik terus kenapa kok suka dengan konten kami media sosial apa yang paling sering digunakan dari hal-hal itu akhirnya kami bisa di tahun 2023 ini harus ngapain nih apakah konten infografis dikurangi kaya tadi yang saya sudah bilang atau konten video yang kita tambah.</p>
P	Apakah media sosial Instagram Indonesiabaik.id itu menggunakan fitur live di Instagram?
N	<p>Ya. sesekali kita live cuma tidak ada jadwalnya. Jadi kalau live ini Kita itu di 2020 2021 sempat punya rubrik live semacam talkshow isinya Jadi kita mengundang kaya misalkan pembicara Kita mau ngomongin tentang vaksin gitu ya berarti kita akan mengajak orang yang tahu tentang vaksin kau fit nih orang BPOM atau yang mengerti kita ajak Kita ajak live instagram bareng Nah saat itu memang berjalan cukup baik tapi karena saat itu saya nggak tahu ya apakah memang IG ini gimana teknis untuk melacaknya jadi saat itu Instagram kami pernah di pernah di blokir meskipun nggak seharian itu di blokir karena dianggap apa namanya live terlalu sering kalo nggak salah laporannya dan juga IPnya itu gantiganti kan ada beberapa admin juga kan yang memegang Instagram Indonesia baik ini nggak cuma saya gitu sebagai koordinator tapi ada juga admin bagian posting bagian komentarJadi dianggap terlalu banyak IP yang login akhirnya diblok berdasarkan hal tersebut di tahun lalu kami coba stop di 2022 stop live IG yang sifatnya itu rutin, tapi sesekali Yang ada keperluan mengharuskan live Instagram kaya misalkan eh diajak nih dengan kementerian lain untuk live IG bareng Mau ngomongin ini karena terkait sosialisasi mau nggak mau kita ikut dan gak ada rutin di tahun ini pun kita belum menentukan kapan live Instagram secara rutin atau tidak yang jelas masih by request untuk live Instagram.</p>
Tahap Engage (Mengikutsertakan)	
P	Apakah Instagram Indonesiabaik.id bekerjasama dengan influencer?
N	<p>Kita pernah tapi untuk saat ini engga. Kita pernah di tahun 2021 akhir Kerjasama dengan influencer beberapa influencer baik yang mungkin teman teman kenal atau</p>

	<p>nggak juga kami mencoba menggait itu tujuannya kami waktu itu untuk menyebarkan informasi utamanya terkait tv digital karena saat itu kan 2021 itu kan h-1 tahun dari tv analog itu akan dimatikan oleh karena itu kami rasa informasi terkait itu harus disebar oleh pihak-pihak bukan hanya pemerintah saja tapi semua elemen ya termasuk para influencer itu. Jadi kami bekerjasama untuk menyebarkan informasi itu dan kalau dilihat dari hasilnya cukup lumayan ya karena meskipun itu adalah tugas Kominfo untuk menyebarkan terkait tv digital tapi kami di bawah Kominfo pun ingin membantu dan itu ternyata cukup baik performanya untuk saat ini nggak sih tapi. Kami juga punya komunitas mbak kita punya komunitas Sohob namanya itu di akun yang berbeda ini baru berjalan satu tahun nah kita bikin acara-acara di sana dalam sebulan itu kita bikin setidaknya minimal empat acara meskipun semuanya masih online jadi via zoom atau via live ig dan lain lain dan seperti acara apa namanya workshop atau misalkan sekedar talkshow ngobrol ngobrol jadi dari sana mungkin ada yang belum jadi followers Indonesia Baik atau ada yang sudah jadi followers Indonesia Baik jadi lebih kenal jadi kayaknya kalo kita mau meninggalkan Indonesia baik sayang nih mereka udah punya program program bagus jadi itu sih cara kita untuk merawat follower.</p>
P	Bagaimana Indonesiabaik.id dalam meraih target audiencenya?
N	Kadang kita bikin kayak semacam interaksi dengan beberapa audience bisa bisa juga selain interaksi kita bikin games-games meskipun gak berhadiah tapi ya kita coba intinya itu untuk apa ya biar nggak dikira Indonesia baik ini dijalani oleh robot gitu ya kami juga punya followers dan kami juga berusaha untuk apa namanya menjaga followers gitu-gitu sih Mbak.
Hambatan dalam mengelola media sosial Instagram Indonesiabaik.id	
P	Apa saja hambatan dalam mengelola Indonesiabaik.id dalam menyebarkan informasi publik? Bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut?
N	Jadi gini mbak kami kan di tahun 2017 sampai 2019 iya kalo nggak salah akhir kami itu lagi bergerilya banget maksudnya secara perkembangan followers kemudian akun tuh performanya bagus tapi saat itu ada perubahan strategi lah ya bukan dari kami di Indonesia baik sendiri tapi karena kami ikut dengan Kominfo dan dengan Direktorat Pengelolaan Media kami harus mengikuti kebijakan yang dikasih atasan kami jadi yang tadinya misalkan Indonesia Baik ini kan masyarakat nggak kenal kalau itu adalah media sosial pemerintah awalnya kemudian di 2019 akhir itu belum sebelum pandemi itu saya ingat kami itu udah mulai mengenalkan diri kalau kami itu media pemerintah kami itu punya Kominfo kemudian di desain kita itu ada logo Kominfo dan intinya udah pemerintah banget deh dan akhirnya terus kemudian kami coba bahas mengenai informasi informasi yang lagi ramai saat itu saya ingat tentang UU Cipta Kerja yang sampe itu seluruh negeri itu sempat ramai dan kami bahas itu mau nggak mau kita harus bahas itu kan tapi kita bahasnya itu benar benar buzzing Jadi yang tadinya strategi kami yang nggak mau buzzing karena adanya permintaan ada dari atasan ya mau nggak mau kita ikuti, nah dari sanalah sudah mulai menurun performa secara followers dan lain lain menurun dan itu tadi di kau fit 2019 2020 Maret itu kan kita bahas covid terus itu juga itu ternyata cepat Sempat naik karena memang saat itu media yang ngomongin covid secara intens itu masih jarang banget nah kita fokus di sana saat itu nah itu naik di 2020 tapi 2021 itu mulai menurun lagi nah itu tadi mungkin karena kita media pemerintah terus masyarakat juga kadang masih agak anti

dengan hal-hal seperti itu dengan media-media pemerintah meskipun kita juga memberikan informasinya secara halus. Nah itu menjadi PR kami hingga sampai saat ini. Dan strateginya yaitu tadi gimana caranya meskipun ini sudah dikenal dengan media pemerintah tapi kita juga tetap bisa masuk ke seluruh elemen masyarakat gitu kendala utamanya itu ya kalo yang lain lainnya mungkin kaya inovasi misalkan Instagram itu kaya lagi jelek kenapa kenapa itu bisa itu kami mikir bukan hambatan sih berarti kita harus cari inovasi baru apa yang harus dilakukan apakah kita harus migrasi atau kita mengaktifkan media sosial lain selain Instagram gitu.

INFORMAN 3

Narasumber: Yuli Nurhanisah

Jenis Kelamin: Perempuan

Jabatan: Copywriter di Indonesia Baik

Lokasi: Kantor Indonesiabaik.id

Kementerian Komunikasi dan Informatika (KemenKominfo) Jl. Medan Merdeka Barat No.9, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110.

Waktu: Jumat, 30 Desember 2022, Pukul 10:00 WIB

Interviewer: Sri Dewi Larasati

Kode : P = Pewawancara

N = Interviewer/Narasumber

KODE	TRANSKIP
P	Bisa diperkenalkan diri Kak dari nama, jabatan dan background pendidikan?
N	Namanya Yuli Nurhanisah jabatannya Copywriter di Indonesia Baik , kerja disini sudah dari 2019 dari 3 mau ke 4 tahun, backgroundnya emang dari Jurnalistik, Ilmu komunikasi
P	Konten Indonesia Baik itu sebenarnya fokusnya kemana si Kak?
N	Ke konten pemerintah, kaya aturan-aturan pemerintah terus kaya pemerintah itu mau buat apa itu kita infor, sebenarnya fokus pilarnya itu ada 4 pertama itu ada PP atau program pemerintah, terus ada juga EI atau edukasi informasi ini kaya seputar layanan, terus ada TI atau tentang Indonesia ini kita bahas kaya soal sejarah dan kebudayaan, dan satu lagi ada Daily Issue kalo ini kita ikuti isu yang sedang ramai setiap harinya
P	Alur pemilihan isu mengenai informasi publik itu bagaimana si Kak?
N	Pertama itu kita setiap minggu pasti ada rapat agenda setting yang di Kementerian Komunikasi itu biasanya di jadwalin Hari Rabu, nah nanti setelah kita rapat agenda setting itu kan banyak isu-isunya. Nah kita juga ada rapat internal Indonesia Baik setiap hari nah itu untuk milih isu. Jadi satu hari itu isu mana yang mau diangkat, outputnya itu keluar setiap hari. Nah biasanya dari agenda setting itu kan banyak tema-temanya kita pilih yang memang bisa kita olah dan prioritas untuk menaikkan

	engagement dikarenakan tidak semua konten pemerintah bisa kita bahas. Sistem agenda setting yang ada di Kominfo ini kan sistemnya kaya berita nah kita punya rapat sendiri karena buat nyocokin kita tidak bisa ikutin berita jadi kita harus tunggu sejauh mana isu ini bisa diangkat. Jadi kalau misalkan setiap isunya kita sih rapat setiap hari setiap pagi itu buat nentuin isu mana yang mau diangkat dari agenda setting yang sudah diangkat dari Kominfo
P	Biasanya jenis informasi publik seperti apa yang dibuat?
N	Kalau misalkan dari kementerian itu paling kaya misalkan Kemenkeu itu soal pelayanan pajaknya, terus kalau dari Kemendagri pelayanan dukcapilnya kita angkat, nah kalau ada isu-isu dari Setkab hal-hal baru dari bapak presiden juga biasa kita angkat juga
P	Untuk sumber kontennya apakah berkoordinasi langsung dengan kementerian terkait atau melalui Kominfo dulu?
N	Engga kita riset sendiri, jadi biasanya kalau Indonesia Baik itu riset sendiri cuman ada beberapa konten yang memang sumbernya kita berkoordinasi dengan kementerian lain, jadi biasanya kalau kita mau buat konten dari kementerian lain kita minta crosscheck nih udah bener atau belum, atau kita minta dokumen pendukungnya. Tapi kalau selebihnya misalkan cuma kaya isu biasa gitu kita riset sendiri dari portal berita kementerian terkait
P	Jenis informasi publik mengenai apa yang banyak dibuat Indomesiabaik.id dalam menarik minat masyarakat terutama generasi muda?
N	Kalau misalkan jenis informasinya sebenarnya mereka lebih banyak membutuhkan informasi yang edukatif ya yang edukasi informasi kaya misalkan tips-tips atau cara-cara itu lebih banyak yang dibutuhin cuma kembali lagi karena kita bagian dari Kementerian Kominfo pasti kita juga menginformasikan program-program pemerintah yang lain jadi harus seimbang.
P	Untuk program pemerintahnya itu yang buat menarik yang kaya gimana si Kak?
N	kalau itu sebenarnya tergantung isu ya, dikarenakan kita ga bisa ikutin nih pemerintah programnya apa saja, biasanya kalau mau buat sesuatu yang menarik itu kita biasanya ikuti isunya kaya kemarin kan yang rokok itu kan menarik nah itu kita buat, tapi kalau misalkan kaya kira-kira ntah soal pembangunan misal bendungan, Jokowi resmikan bendungan ini, itu kita ga bisa langsung buat dikarenakan kita datanya harus cari dulu, seperti berapa banyak bendungan yang sudah dia buat dari dia awal menjabat sampai sekarang, jadi ga bisa cuman sekedar menginformasikan Jokowi meresmikan bendungan itu ga bisa, biasanya kalau dari program pemerintah mereka lebih suka yang tentang layanan publik.
P	Cara pemilihan konten yang akan diunggah setiap harinya itu kaya gimana si Kak?
N	Untuk pemilihan konten kita balik lagi ke agenda setting ya, jadi kalau pemilihan konten kita kembali lagi ke agenda settingnya karena setiap hari sudah dirapatkan, misalkan hari ini keluar dua output nah biasanya hari itu juga langsung dinaikan di media sosial.
P	Seperti apa Kak bentuk konten yang disajikan Instagram Indonesia Baik dalam menarik minat generasi muda?
N	Bentuk kontennya infografis sih pasti infografis, tapi kadang kita juga bikin infografis dinamis yang bergerak terus video juga ada, terus ada juga itu sekarang Mba Nur buat

	video pendek, jadi kalau bentuk kontennya bermacam-macam, tapi sejauh ini audiensnya masih banyak sukanya di infografis.
P	Apakah ada hambatan atau kendala yang dialami dalam menyebarkan informasi publik? Bagaimana cara menyelesaikan hambatan tersebut?
N	Hambatannya pasti ada, karena kita kan orangnya terbatas, tapi kita sebisa mungkin mengcover semuanya, pasti kaya risetnya juga butuh waktu terus juga kadang kalau misalkan kita sudah dapat isunya tapi pemerintah belum rilis, itu kita ga bisa langsung angkat karena kita kan menunggu dari rilis pemerintah palingambatannya yang kaya gitu aja sih. Menyelesaikan hambatannya dengan berkoordinasi satu sama lain jadi kalau misalkan ada konten yang belum bisa naik apa kita harus tunggu dulu atau kita ganti dengan yang lain sampai nunggu rilisnya keluar gitu.
P	Kalau menurut Kakak, apa sih keunggulan dari media sosial Instagram Indonesia Baik dengan media sosial pemerintahan lainnya?
N	Mungkin bahasanya kali ya, karena kan kita lebih to the point kalau pemerintah kementerian lain kan istilahnya mereka yang menginformasikan kementerannya sendiri kebijakannya sendiri, kalau Indonesia Baik kan secara umum jadi mencakup semua kegiatan pemerintah kita informasikan.

INFORMAN 4

Narasumber: Bilqis abiilhaqq

Jenis Kelamin: Perempuan

Umur: 25 Tahun

Lokasi : via Zoom

Waktu : Senin, 30 Januari 2023, Pukul 15:00 WIB

Interviewer : Sri Dewi Larasati

Kode : P = Pewawancara

N = Interviewer/Narasumber

KODE	TRANSKIP
P	Boleh perkenalkan diri ?
N	Bilqis sabiilalhaqq, pekerja swasta berusia 25 tahun tinggal di Bekasi.
P	Apakah anda pengguna aktif media sosial Instagram? Apa alasan Menggunakan Instagram ?
N	Aktif menggunakan instagram untuk keperluan entertain (hiburan) saja. sekedar mengisi waktu luang, menjalin hubungan pertemanan namun tidak jarang untuk mendapat informasi
P	Sudah berapa lama mengikuti akun Instagram @indonesiabaik ?
N	Rasanya baru 1 tahun mengikuti akun indonesiabaik
P	Dari mana anda mengetahui akun Instagram @indonesiabaik ?
N	pertama tahu awalnya dari twitter, begitu lihat infografis yg menarik dan mudah dibaca jadi coba cari tahu lewat instagram

P	Bagaimana pendapat anda mengenai Instagram @indonesiabaik.id ?
N	menurut saya informasi dari IB memang bukan selalu informasi terkini, namun IB selalu memberi info yang sebetulnya tidak terlalu penting (bagi sebagian orang) namun ketika diangkat oleh IB menjadi menarik! info yg diberikan juga ga ngebosenin karena ada yg pakai video
P	Konten seperti yang menurut anda paling menarik di akun Instagram @indonesiabaik.id ?
N	saya sendiri blm pernah berinteraksi seperticomment atau DM, tapi melihat di postingan yg lain sepertinya memang komunikasi 2 arah yg terjalin. admin akun akan reply pertanyaan2 dr follower
P	Apakah menurut anda, Instagram @indonesiabaik.id dapat di percaya sebagai media informasi terutama mengenai pemerintahan ?
N	saya percaya informasi yg diberikan akun IB. bahkan saya suka jadikan itu sebagai patokan referensi
P	Menurut anda, apa kelebihan dan kekurangan dari Instagram @indonesiabaik.id ?
N	kelebihannya; -mengikuti style followernya -sering update kekurangan; mungkin pakain template aja kali yah atau penyesuaian warna biar feednya ga terlalu warna warni -sama subtitle mungkin bisa jd pertimbangan ke depannya
P	Setelah mengetahui informasi yang di sebarakan Instagram @Indonesiabaik.id, Apakah anda akan membagikan informasi yang ada di Instagram @indonesiabaik.id kepada teman anda lainnya ?
N	ya saya suka like and share postingan IB untuk dibagikan ke teman2 melalui DM ataupun mention



2. Lampiran II : Dokumentasi



Dokumentasi Wawancara dengan Key Informan, Andrian W. Finaka Selaku Redaktur Pelaksana Indonesiabaik.id



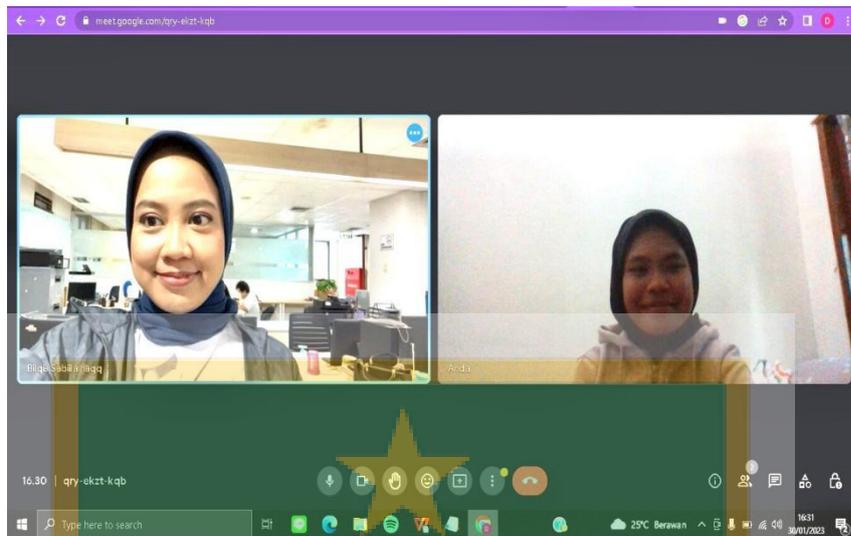
Dokumentasi Wawancara dengan Informan 1, Edy Pang Selaku Editor Indonesiabaik.id



Dokumentasi Wawancara dengan Informan 2, Ali Ridho Selaku Social Media Specialist Indonesiabaik.id



Dokumentasi Wawancara dengan Informan 3, Yuli Nurhanisah Selaku Copywriter Indonesiabaik.id



Dokumentasi Wawancara dengan Informan 4, Bilqis Bilqis Sabiilahaqq Selaku *Followers* atau Pengikut Akun Instagram @indonesiabaik.id



3. Lampiran III: Surat Keterangan Telah Melakukan Pengambilan Data



SURAT KETERANGAN

Nomor: 95/DJIKP.6.3/KP.01.06/07/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Aditya Nugraha
NIP : 198302262006041001
Jabatan : Ketua Tim Pengelolaan Media Audio Visual dan Media Sosial

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Sri Dewi Larasati
NPM : 193516516055
Universitas : Universitas Nasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)

Telah melaksanakan pengambilan data dengan melakukan wawancara untuk penelitian di Indonesiabaik.id Direktorat Pengelolaan Media Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika sejak tanggal 30 Desember 2022 s/d 4 Januari 2023 untuk keperluan Skripsi dengan Judul "**Pengelolaan Media Sosial Instagram @indonesiabaik.id Dalam Penyebaran Informasi Publik**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 4 Juli 2023



Ditandatangani secara elektronik
KETUA PENGELOLAAN MEDIA AUDIO VISUAL
DAN MEDIA SOSIAL - DIREKTORAT
PENGELOLAAN MEDIA
Dimas Aditya Nugraha

4. Lampiran IV: Surat Permohonan Penelitian dan Informasi Data



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 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Nomor : 032/WD/II/2022 Jakarta, 19 Desember 2022
Lamp :
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth,
Bapak Nursodik Gunarjo
Direktur Pengelolaan Media
Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Sri Dewi Larasati
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516055
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Jurnalistik
Alamat Rumah : Jalan Poncol Raya, No. 14B RT 005/007,
Gandaria Selatan, Cilandak, Jakarta Selatan
HP : 082115157170

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: **Pengelolaan Media Sosial Instagram @indonesiabaik.id Dalam Penyebaran Informasi Publik**. Dengan Dosen Pembimbing: Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

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

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

5. Lampiran V: Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi



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

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516055
Nama : SRI DEWILARASATI
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
12 October, 2022	assalamualaikum, selamat sore ibu dwi. berikut saya lampirkan proposal skripsi saya bab 1-bab 3 terima kasih ibu, wassalamualaikum.	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
8 December, 2022	assalamualaikum, selamat siang ibu dwi. berikut saya lampirkan hasil dari revisi proposal skripsi saya setelah sidang seminar proposal. terima kasih ibu, wassalamualaikum.	Sudah Ditanggapi
14 December, 2022	assalamualaikum, selamat pagi ibu dwi. baik ibu, berikut saya lampirkan hasil dari revisi proposal skripsi saya penambahan konsep pengelolaan. terima kasih ibu, wassalamualaikum.	Sudah Ditanggapi
14 December, 2022	baik ibu, berikut saya lampirkan draft pedoman wawancara untuk penelitiannya. terima kasih ibu.	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
7 February, 2023	assalamualaikum, selamat siang ibu dwi berikut saya lampirkan hasil transkrip wawancara untuk penelitiannya. terima kasih ibu.	Sudah Ditanggapi
18 June, 2023	assalamualaikum, selamat siang ibu dwi. berikut saya lampirkan hasil dari bab 4 hasil penelitan skripsi saya. mohon arahannya bu. terima kasih ibu, wassalamualaikum.	Sudah Ditanggapi
26 July, 2023	assalamualaikum, selamat malam ibu. dewi izin melampirkan bab 1-5, terima kasih ibu.	Sudah Ditanggapi
27 July, 2023	ibu izin melampirkan bab 1-5 beserta penambahan abstrak dan lampiran	Sudah Ditanggapi
28 July, 2023	ibu izin menambahkan untuk daftar isi, gambar, tabel, dan lampiran, terima kasih ibu.	Sudah Ditanggapi



6. Lampiran VI: Surat Penugasan Pembimbing Skripsi



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 Mania 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

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

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 Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Sri Dewi Larasati
Nomor Pokok : 193516516055
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing 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, Selasa, 4 Maret 2023

Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

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

7. Lampiran VII: Hasil Turnitin

tahap 2

ORIGINALITY REPORT

24 %	24 %	9 %	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2 %
2	jurnal.ar-raniry.ac.id Internet Source	1 %
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
4	ulilababinstitute.com Internet Source	1 %
5	repository.unj.ac.id Internet Source	1 %
6	123dok.com Internet Source	1 %
7	repository.unpas.ac.id Internet Source	1 %
8	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1 %
9	journal.univpancasila.ac.id Internet Source	<1 %

8. Lampiran VIII: SKPI

SKPI-UNAS SRI DEWI LARASATI

SURAT KETERANGAN PENDAMPING UJAZAH

Data SKPI

Laporan

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Peserta Pengenalan Lingkungan dan Budaya Akademik (PLBA) UNAS 2019	Participant Pengenalan Lingkungan dan Budaya Akademik (PLBA) UNAS 2019	KPL	200		Disetujui	✓
2	Peserta Kelas Menulis untuk Telinga Batch 2 oleh Siberkreasi KOMINFO 2021	Participants in Writing Class for Ears Batch 2 by Siberkreasi KOMINFO 2021	KPL	500		Disetujui	✓
3	Keikutsertaan Magang di Media Online TVONENEWS	Internship Participation in Media Online TVONENEWS	KPT	300		Disetujui	✓
4	Keikutsertaan Magang di Media GPR TV Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO)	Internship Participation in Media GPR TV Ministry of Communication and Informatics (KOMINFO)	KPT	500		Disetujui	✓
5	Peserta Webinar Kampus Keren Virtual Strategi Pertelevisian Di Era Transformasi Digital oleh ANTV	Participants Webinar of Cool Campus Virtual Television Strategy in the Digital Transformation Era by ANTV	KPL	200		Disetujui	✓
6	Peserta Kelas Menulis Batch 1 oleh HIMAKOM UNAS	Participants of Writing Class Batch 1 by HIMAKOM UNAS	KPL	100		Disetujui	✓
7	Peserta Webinar Socio Political Photography oleh HIFI UNAS	Participants Webinar Socio Political Photography by HIMAKOM UNAS	KPL	100		Disetujui	✓
8	Keikutsertaan Magang di Media Online Medcom.id Sebagai Web Writer	Internship Participation in Media Online Medcom.id as a Web Writer	KPT	500		Disetujui	✓

Jumlah Skor

KPP : 0
 KPL : 1100
 KPT : 1300
 Skor yang Disetujui : 2400



9. Lampiran IX: Daftar Riwayat Hidup



SRI DEWI LARASATI

+62 821-1515-7170

sdewilarasati01@gmail.com

Gandaria Selatan, Cilandak, Jakarta Selatan, 12420

TENTANG SAYA

Mahasiswi Universitas Nasional Jurusan Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Jurnalistik. Memiliki pengalaman dalam menulis berita di portal media online. Merupakan individu yang adaptif dan senang mempelajari hal baru. Sedang mencari kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dan pengetahuan akan dunia kerja profesional terutama dalam bidang jurnalistik.

PENGALAMAN KERJA

MEDCOM.ID

Content Writer- Internship | 02 Januari - 30 Juni 2023

- Menulis 3-5 berita nasional per hari yang dipublikasikan di portal berita online Medcom.id
- Membantu membuat artikel SEO berkaitan dengan kanal pendidikan
- Melakukan editing naskah berita untuk kanal portal daerah

GPRTV Indonesia - Kementerian Komunikasi dan Informatika

Script Writer - Internship | 11 Juli - 30 September 2022

- Menulis 2-3 script berita hard news per hari untuk siaran program Kominfo Newsroom mengenai pemerintahan
- Melakukan transkrip dari hasil liputan tim GPRTV

TVONENEWS.COM

Content Writer - Internship | 05 April - 05 Juli 2022

- Menulis >10 berita per minggu yang dipublikasikan di portal berita online tvOnenews.com
- Melakukan editing naskah berita yang dikirim dari kontributor tvOnenews.com
- Melakukan transkrip dari hasil liputan tim tvOnenews.com maupun Breaking News

PENDIDIKAN

Universitas Nasional Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik	2019 - Sekarang
SMA Cenderawasih 1 Jakarta Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial	2016 - 2019
SMP Negeri 86 Jakarta	2013 - 2016

KEMAMPUAN

Keterampilan Teknis

- Content dan Script Writer
- Microsoft Office
- Canva Design