

**PERAN KOMUNIKASI PUBLIK MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK PADA
BADAN KEPEGAWAIAN NEGARA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

RIDHO ZINTA MAULANI

NIM : 44200296

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BAHASA
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ridho Zinta Maulani
NIM : 44200296
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat dengan judul **“Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Kepegawaian Negara”**, adalah asli (orisinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan di manapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi pada Program Sarjana yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari **Universitas Bina Sarana Informatika** dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Juni 2024

Yang menyatakan,



Ridho Zinta Maulani

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ridho Zinta Maulani
NIM : 44200296
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat dalam karya ilmiah Penulis dengan judul **“Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik Pada Badan Kepegawaian Negara”** ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya.

Penulis menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Bina Sarana Informatika** untuk mendokumentasikan karya ilmiah saya tersebut secara internal dan terbatas, serta tidak untuk mengunggah karya ilmiah Penulis pada repository Universitas Bina Sarana Informatika.

Penulis bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Universitas Bina Sarana Informatika**, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 02 Juli 2024
Yang menyatakan,



Ridho Zinta Maulani

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, Penulis:

Nama : Ridho Zinta Maulani
NIM : 44200296
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

dan Pihak Instansi tempat PKL/Riset:

Nama : Vito Dita Tama, S.H
Jabatan : Kepala Bagian TU, PIM, dan Protokol, Biro Hubungan
Masyarakat, Hukum, dan Kerja sama
Instansi : Badan Kepegawaian Negara (BKN RI)

Sepakat atas hal-hal di bawah ini:

1. Badan Kepegawaian Negara menyetujui untuk memberikan kepada penulis dan Universitas Bina Sarana Informatika Hak Bebas Royalti Non-eksklusif atas penelitian dalam rangka penyusunan karya ilmiah dengan judul, "**Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Kepegawaian Negara**" yang disusun oleh penulis.
2. Badan Kepegawaian Negara memberikan persetujuan kepada penulis dan Universitas Bina Sarana Informatika untuk mengunggah karya ilmiah Penulis pada repository Universitas Bina Sarana Informatika (publikasi) terbatas hanya untuk keperluan akademis, tidak untuk tujuan/kepentingan komersial.
3. Badan Kepegawaian Negara telah menyediakan data dan atau informasi yang diperlukan untuk penyusunan karya ilmiah Penulis. Dalam hal terjadi kesalahan ataupun kekurangan dalam penyediaan data dan atau informasi maka Badan Kepegawaian Negara dalam bentuk apapun tidak bertanggung jawab dan tidak dapat dimintakan pertanggungjawaban oleh siapapun termasuk atas materi/isi karya ilmiah penulis atau materi/isi dan publikasi di repository Universitas Bina Sarana Informatika. Badan Kepegawaian Negara juga tidak bertanggung jawab atas segala dampak dan atau kerugian yang timbul dalam bentuk apapun akibat tindakan yang berkaitan dengan penggunaan data dan atau informasi yang terdapat pada publikasi yang dimaksud.

Demikian kesepakatan ini dibuat dengan sebenarnya.

Menyetujui,
Kepala Bagian TU, PIM, dan Protokol


Vito Dita Tama, S.H
NIP. 198709132009121001

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 01 Juli 2024
Penulis,



Ridho Zinta Maulani
NIM. 44200296

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ridho Zinta Maulani
NIM : 44200296
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Skripsi : PERAN KOMUNIKASI PUBLIK MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK PADA BADAN
KEPEGAWAIAN NEGARA

Telah dipertahankan pada periode 2024-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 08 Agustus 2024

PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I : Maya May Syarah, S.Sos., M.Si.

Pembimbing II : Susilowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom.

Penguji I : Murtiadi, S.I.Kom, M.I.Kom

Penguji II : Syatir, S.P., M.Si.

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi sarjana yang berjudul “**Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Kepegawaian Negara**” adalah hasil karya tulis asli Ridho Zinta Maulani dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama	: Ridho Zinta Maulani
Alamat	: Taman Wisma Asri 2 Blok Aa 33 No.1 Bekasi Utara
No. Telp	: 0896-5076-9864
Email	: zridho123123@gmail.com

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

	LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA	

NIM : 44200296
 Nama Lengkap : Ridho Zinta Maulani
 Dosen Pembimbing : Maya May Syarah, S.Sos., M.Si
 Judul Skripsi : Peran komunikasi publik melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan keterbukaan informasi publik pada Badan Kepegawaian Negara

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing I
1.	02 April 2024	Bimbingan Perdana dan pengajuan Judul	
2.	15 April 2024	Bimbingan Judul (Judul sesuaikan dengan metode penelitian)	
3.	29 April 2024	Bimbingan BAB I (manfaat penelitian kurang)	
4.	20 Mei 2024	Acc BAB I dan Bimbingan BAB II-III (Tambahkan teori, profil informan)	
5.	29 Mei 2024	Acc BAB II-III dan Pengajuan BAB IV (Pertanyaan wawancara)	
6.	03 Juni 2024	Revisi BAB IV (Sesuaikan dengan teori)	
7.	12 Juni 2024	Revisi BAB IV dan Pengajuan BAB V	
8.	19 Juni 2024	ACC BAB IV dan BAB V, Pengajuan Abstrak (meliputi latar belakang)	
9.	02 Juli 2024	ACC Keseluruhan (Berkas lampiran)	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
 Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 02 April 2024
 Diakhiri pada tanggal : 02 Juli 2024
 Jumlah pertemuan bimbingan : 9 Pertemuan

Disetujui oleh,
 Dosen Pembimbing I

 Maya May Syarah, S.Sos, M.Si

**LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI****UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA**

NIM : 44200296
Nama Lengkap : Ridho Zinta Maulani
Asisten Pembimbing : Susilowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom
Judul Skripsi : Peran komunikasi publik melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan keterbukaan informasi publik pada Badan Kepegawaian Negara

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Asisten Pembimbing
1.	2 April 2024	Bimbingan perdana dan pengajuan judul	
2.	21 Mei 2024	Pengajuan BAB I	
3.	15 Mei 2024	Revisi BAB I (penyesuaian paragraf)	
4.	27 Mei 2024	ACC BAB I	
5.	29 Mei 2024	Pengajuan BAB II dan BAB III	
6.	3 Juni 2024	Revisi BAB II dan BAB III (Ubah tabel Penelitian terdahulu)	
7.	19 Juni 2024	ACC BAB II, BAB III dan Pengajuan BAB IV dan BAB V	
8.	25 Juni 2024	Revisi BAB IV (Hasil penelitian diubah), BAB V dan Abstrak	
9.	02 Juli 2024	ACC BAB IV dan BAB V, Abstrak, dan Pengajuan berkas lampiran	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.
Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 02 April 2024
Diakhiri pada tanggal : 02 Juli 2024
Jumlah pertemuan bimbingan : 9 pertemuan

Disetujui oleh,
Asisten Pembimbing

(Susilowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom)

LEMBAR PERSEMBAHAN

*"Stories, much like wells, defy the constraints of a middle or an end.
They hold the unknown and the forgotten. After wandering their depths,
one realizes they are reservoirs teeming with enigmatic treasures,
forever elusive yet profoundly enriching."*

- IDR Wordless

Dengan penuh rasa syukur dan kekaguman, dalam perjalanan yang tak hanya menjadi sebuah pencapaian pribadi, tetapi juga penemuan akan kekayaan tak ternilai dalam setiap jalinan kisah dan hubungan yang tercipta. Diiringi ucapan puji syukur kepada Allah SWT, Ku persembahkan skripsi ini untuk:

1. Bapak M. Ateng Nurochman dan Ibu Endang Supriyati, kedua orang tuaku yang telah membesarkanku dan mendukungku dalam setiap pertimbangan yang kuambil ke depannya sambil selalu mendoakan kesuksesanku.
2. Adik dan Kakakku yang tak henti memberikan dukungan yang menjadi tiang kekuatan dan ketenangan di setiap langkah perjalanan ini.
3. Teman-temanku (Rifa, Claudia, April, Kibo, dan Ervan) yang telah menjadi semangat bagiku dalam mengerjakan skripsi, baik secara langsung ataupun melalui valorant.

*Behind every great achievement,
there are people who supported and believed in it.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Kepegawaian Negara” dan diajukan sebagai persyaratan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Sarana Informatika.

Di kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan memotivasi penulis selama penyelesaian penulis skripsi ini. Oleh karena itu, ucapan terima kasih ini penulis tujukan pada:

1. Rektor Universitas Bina Sarana Informatika.
2. Dekan Fakultas Komunikasi dan Bahasa.
3. Ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika.
4. Ibu Maya May Syarah, S.Sos., M.Si dan Ibu Susilowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selama ini membantu penulisan dalam proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Vito Dita Tama, S.H dan seluruh Tim Humas BKN yang terus memperlancar penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang relevan. Semoga skripsi ini juga dapat menjadi pengetahuan tambahan untuk penelitian selanjutnya.

Jakarta, 29 Juni 2024

Penulis

ABSTRAK

Ridho Zinta Maulani (44200296). Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Kepegawaian Nspegara.

Komunikasi publik melalui media sosial sangat diperlukan demi memperlancar proses penyampaian informasi publik serta peningkatan keterlibatan publik itu sendiri. Penelitian ini mengkaji bagaimana komunikasi publik berperan melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan keterbukaan informasi publik pada Badan Kepegawaian Negara (BKN). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, observasi, dan analisis konten terkait aktivitas komunikasi publik di akun Instagram @bkngoidofficial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi publik melalui Instagram berperan secara signifikan dalam meningkatkan transparansi dan aksesibilitas informasi publik kepada masyarakat. Interaksi aktif antara instansi BKN dan masyarakat melalui fitur komentar dan pesan langsung juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan. Kesimpulannya, penggunaan komunikasi publik melalui media sosial Instagram dinilai efektif dalam mendukung keterbukaan informasi publik di instansi BKN. Selain itu, evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi publik melalui Instagram juga penting untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kualitas informasi yang disampaikan.

Kata Kunci: Komunikasi Publik, Media Sosial, Instagram, Keterbukaan Informasi Publik, Badan Kepegawaian Negara (BKN)



ABSTRACT

Ridho Zinta Maulani (44200296). The Role of Public Communication Through Instagram Social Media in Enhancing Public Information Transparency at the National Civil Service Agency.

Public communication through social media is essential for facilitating the dissemination of public information and increasing public engagement. This research examines how public communication via Instagram enhances public information transparency at the National Civil Service Agency (BKN). The study employs a descriptive qualitative method with a descriptive case study approach. Data were collected through structured interviews, observations, and content analysis related to public communication activities on the Instagram account @bkngoidofficial. The findings indicate that public communication via Instagram significantly improves transparency and accessibility of public information to the community. Active interactions between BKN and the public through comments and direct messages also enhance public trust in the information provided. In conclusion, the use of public communication through Instagram is deemed effective in supporting information transparency at BKN. Additionally, regular evaluations of the effectiveness of public communication via Instagram are crucial to ensure the sustainability and improvement of the quality of information delivered.

Keywords: Public Communication, Social Media, Instagram, Public Information Transparency, National Civil Service Agency (BKN)



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA.....	vi
LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI.....	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Akademis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1 Penelitian Terdahulu	4
2.2 Kajian Teori	8
2.2.1 Komunikasi.....	8
2.2.2 Komunikasi Publik	11
2.2.3 Model Komunikasi Publik.....	14
2.2.4 New Media	17
2.2.5 Media Sosial	17
2.2.6 Instagram	18
2.2.7 Keterbukaan Informasi Publik.....	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3 Unit Analisis	23
3.4 Definisi Konseptual.....	24
3.5 Pemilihan Informan dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5.1 Metode Pemilihan Informan.....	25
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Metode Pengolahan Data.....	28
3.6.1 Analisis Data	28
3.6.2 Teknik Keabsahan Data.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	30
4.1.1 Sejarah Instansi Badan Kepegawaian Negara	30
4.1.2 Lokasi Instansi Badan Kepegawaian Negara	31
4.1.3 Visi Misi Badan Kepegawaian Negara.....	31
4.1.4 Struktur Instansi Badan Kepegawaian Negara.....	32
4.2 Hasil Penelitian	32
4.2.1 Komunikasi Publik di Akun Instagram @bkngoidofficial.....	33
4.2.2 Model Komunikasi Publik yang Diterapkan	37
4.2.3 Peningkatan Keterbukaan Informasi Publik	38
4.3 Pembahasan.....	40
4.3.1 Komunikasi Publik di Akun Instagram @bkngoidofficial.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.3.2 Model Komunikasi Publik yang Diterapkan	41
4.3.3 Peningkatan Keterbukaan Informasi Publik	42
BAB V PENUTUP	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran.....	44
5.2.1 Saran untuk BKN	44
5.2.2 Saran untuk Penulis Berikutnya:	44
DAFTAR PUSTAKA	45
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	49
SURAT KETERANGAN RISET.....	50
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DATA.....	51
BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIARISME...Error! Bookmark not defined.	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model <i>Press Agency</i>	14
Gambar II.2 Model <i>Public Information</i>	15
Gambar II.3 Model Two-way symmetrical	15
Gambar II.4 Model Two-way Asymmetrical	16
Gambar II.5 Kerangka Berpikir	21
Gambar IV.1 Struktur Instansi Badan Kepegawaian Negara.....	32
Gambar IV.2 Konten @bkngoidofficial sejak 01 Mei 2024 – 01 Juni 2024	34
Gambar IV.3 Rekapitulasi konten @bkngoidofficial 01 Mei 2024 – 01 Juni 2024 .	34
Gambar IV.4 Kolaborasi pembuatan konten antara INews dan BKN	36
Gambar IV.5 Salah satu ruang studio di BKN.....	36



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel III.1 Profil Informan.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

A.1 Sertifikat Magang di BKN	52
B.1 Transkrip Wawancara <i>Informant 1</i> :.....	53
B.2 Transkrip Wawancara <i>Informant 2</i> :.....	55
B.3 Transkrip Wawancara <i>Informant 3</i> :.....	57
B.4 Transkrip Wawancara <i>Informant 4</i> :.....	59
C.1 Zoom Meeting dengan <i>Informant 1</i>	61
C.2 Zoom Meeting dengan <i>Informant 2</i>	61
C.3 Chat Whatsapp dengan <i>Informant 3</i>	62
C.4 Direct Message dengan <i>Informant 4</i>	63



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Selaras dengan berkembangnya teknologi secara pesat, sebagian besar kegiatan badan publik saat ini dilakukan secara transparan dan prosesnya disampaikan melalui media sosial. Instansi pemerintahan merupakan salah satu pihak yang menghadapi pengaruh penerapan media sosial tersebut (Kartikawangi, 2020). Informasi publik yang disampaikan ini berupa informasi yang disimpan, dikelola, dan dihasilkan oleh suatu badan publik yang ada kaitannya dengan kepentingan publik.

Keterbukaan informasi publik menjadi hak yang wajib didapatkan oleh masyarakat umum tanpa terkecuali, setiap badan publik atau instansi pemerintahan turut wajib menyediakan informasi publik yang bisa diakses oleh semuanya, hal ini dinyatakan di dalam Pasal 7, ayat (1-3) Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. (BPK, 2008)

Pelaksanaan Undang-Undang ini tidak lepas dari paparan informasi yang dicurahkan setiap badan publik ke media sosial serta keterlibatan masyarakat dalam mengakses informasi yang sudah disediakan. (Purnama, 2022)

Badan Kepegawaian Negara (BKN) dalam hal ini berperan sebagai badan publik yang melaksanakan tugas pemerintahan di bidang manajemen kepegawaian negara. Sebagai salah satu badan publik, BKN wajib menyediakan informasi yang diantaranya berupa kebijakan-kebijakan publik yang dibuat, aktivitas tingkat nasional, atau segala informasi umum yang berada dalam wewenangnya.

Sesuai prinsip Satu Data yang tertera pada Peraturan BKN No.13 Tahun 2022 tentang Satu Data Bidang Aparatur Sipil Negara (ASN), BKN menjadi wali data atau pengelola utama dari data ASN di seluruh badan publik di Indonesia (BPK, 2022). Mengacu pada konsep wali data diatas, maka setiap informasi publik yang diunggah oleh Badan Kepegawaian Negara (BKN) ke media sosialnya, akan menjadi informasi yang penting bagi semua pihak, baik masyarakat umum, badan publik yang saling terhubung, ataupun Badan Kepegawaian Negara itu sendiri.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik oleh badan publik memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah dalam mendapatkan akses informasi tentang kejadian terbaru, kebijakan, atau program umum yang dapat mendorong pandangan masyarakat terkait transparansi pemerintah (Puspitasari & Irwansyah, 2022). Kemudahan mengakses informasi ini seterusnya akan mempengaruhi tingkat keterlibatan masyarakat serta keterbukaan informasi publik itu sendiri.

Dalam penyelenggaraan keterbukaan informasi publiknya, Badan Kepegawaian Negara (BKN) melalui tim humas yang menjadi bagian dalam Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja sama memanfaatkan beberapa media sosial sebagai sarana penyampaian informasinya seperti *facebook*, *X*, *Instagram*, dan *Youtube*. Informasi publik yang disampaikan ini contohnya berupa penyampaian kebijakan umum, kegiatan nasional, peringatan hari-hari besar dan lain-lain.

Pemerintah dinilai mampu lebih efisien dalam menyampaikan informasi tentang kegiatan pemerintahan kepada khalayak umum melalui platform media sosial *Instagram* (Purnama, 2022). Selaras dengan hal tersebut, tim Humas BKN melalui akun *Instagram*-nya, *@bkngoidofficial*, selalu aktif dalam memposting informasi publiknya, baik dalam bentuk video, foto, teks ataupun desain.

Disinilah peran komunikasi publik melalui media sosial itu diperlukan, sehingga proses penyampaian informasi publik serta keterlibatan publik itu sendiri bisa berjalan lancar. Atas dasar tersebut penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul “Peran komunikasi publik melalui media sosial *Instagram* dalam meningkatkan keterbukaan informasi publik pada Badan Kepegawaian Negara”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat penulis rumuskan adalah bagaimana cara komunikasi publik berperan dalam meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada akun *Instagram* Badan Kepegawaian Negara @bkngoidofficial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran-peran komunikasi publik yang dijalankan melalui akun *Instagram* @bkngoidofficial dalam upaya meningkatkan keterbukaan informasi publiknya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat atau menambah referensi khususnya bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi yang ingin mengkaji lebih lanjut terkait disiplin Ilmu Komunikasi Publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Untuk Badan Kepegawaian Negara (BKN), Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi dalam meningkatkan konten dan interaksi di platform media sosial, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dan persepsi mereka terhadap transparansi pemerintah.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, selain mengandalkan data dan analisis yang didapatkan selama riset, terdapat juga beberapa rujukan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas. Penelitian-penelitian ini memberikan landasan teoritis dan empiris yang kuat serta membantu dalam memahami konteks dan perkembangan penelitian di bidang yang bersangkutan. Adapun beberapa penelitian tersebut, yaitu:

1. **“Two Way Communication Kominfotik pada Program Kerja Pemerintah sebagai Keterbukaan Informasi Publik”**. (Auralia & Fitriyah, 2024)

Metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa komunikasi yang diterapkan oleh Kominfotik Jakarta Pusat adalah komunikasi yang bertujuan untuk menjadi penghubung informasi publik antara pemerintah dan masyarakat melalui media sosial *Instagram* dengan cara memberikan informasi yang kreatif melalui akun *Instagram @kotajakartapusat*.

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan yang diteliti oleh penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu hanya membahas komunikasi dua arah secara umum, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang komunikasi publik yang lebih mengerucut, subjek penelitian sekarang membahas badan publik tingkat nasional sedangkan penelitian terdahulu membahas badan publik tingkat kota.
- b. Persamaan diantara kedua penelitian ini adalah peneliti sama-sama membahas tentang informasi publik melalui *Instagram*.

2. **“Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik dalam Komunikasi Publik Media Sosial pada Kaum Milenial”. (Rahayu, 2024)**

Metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa penerapan keterbukaan informasi publik di provinsi Bali dilakukan dengan cara pemberian anugerah pada badan publik yang giat menyebarkan informasi publik di media sosialnya, penilaian diambil berdasarkan kepuasan respon.

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan yang diteliti oleh penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu membahas komunikasi publik pada penerapan di aplikasi tersendiri milik badan publik provinsi Bali, sedangkan penelitian sekarang lebih berfokus pada komunikasi publik di media sosial *Instagram* saja.
- b. Persamaan diantara kedua penelitian ini adalah peneliti sama-sama membahas tentang keterbukaan informasi publik melalui komunikasi publik.

3. **“Analisis Platform SP4N LAPOR! dalam Perannya Mendorong Keterbukaan Informasi Publik”. (Aurelia Bilqis et al., 2023)**

Metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian yang menunjukan bahwa layanan SP4N LAPOR! terhadap peningkatan keterbukaan informasi publik belum sepenuhnya berjalan dengan efisien, dalam penerapannya masih terdapat poin-poin yang harus diperhatikan seperti kerjasama antara berbagai badan publik yang terlibat, kurangnya sosialisasi, serta respon masyarakat.

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan yang diteliti oleh penulis, antara lain:

- a. Perbedaan antara kedua penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas keterbukaan informasi publik melalui media aplikasi yang merupakan hasil karya sebuah kementerian, sedangkan penelitian sekarang membahas informasi publik melalui sosial media *Instagram*. Subjek yang dibahas juga berbeda, antara Kementerian PAN RB dengan Badan Kepegawaian Negara.
- b. Persamaan diantara kedua penelitian ini adalah peneliti sama-sama membahas tentang meningkatkan keterbukaan informasi publik.

4. **“Studi Kasus Keterbukaan Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informasi Kab. Mojokerto dalam Tinjauan Komunikasi Publik di Masa Pandemi Covid-19”.** (Yusuf et al., 2023)

Metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa keterbukaan informasi publik di Mojokerto merupakan hasil dari berbagai aspek seperti penjaminan informasi, kemudahan akses, kebebasan memperoleh informasi, persepsi khalayak, serta kepercayaan masyarakat.

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan yang diteliti oleh penulis, antara lain:

- a. Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu mengambil penilaian tentang penyebaran informasi publik yang dilakukan melalui radio dan situs web, sedangkan penelitian sekarang lebih membahas komunikasi publik yang diterapkan badan publik di media sosial *Instagram*-nya.
- b. Persamaan diantara kedua penelitian ini adalah peneliti sama-sama membahas tentang peningkatan keterbukaan informasi publik.

Tabel II.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Auralia & Fitriyah, 2024) <i>Two Way Communication</i> Kominfotik pada Program Kerja Pemerintah sebagai Keterbukaan Informasi Publik.	Kualitatif	Hasil penelitian menyatakan bahwa komunikasi yang diterapkan oleh Kominfotik adalah komunikasi yang bertujuan untuk menjadi penghubung keterbukaan informasi publik antara pemerintah dan masyarakat melalui media sosial <i>Instagram</i> dengan cara memberikan informasi yang kreatif melalui akun <i>Instagram</i> @kotajakartapusat
2	(Rahayu, 2024) Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik dalam Komunikasi Publik Media Sosial pada Kaum Milenial.	Kualitatif	Hasil penelitian yang menyatakan bahwa penerapan keterbukaan informasi publik di provinsi Bali dilakukan dengan cara pemberian anugerah pada badan publik yang giat menyebarkan informasi publik di media sosialnya, kemudian penilaian diambil berdasarkan kualitas dan kepuasan respon.
3	(Aurelia Bilqis et al., 2023) Analisis Platform SP4N LAPOR! dalam Perannya Mendorong Keterbukaan Informasi Publik.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa layanan SP4N LAPOR! terhadap peningkatan keterbukaan informasi publik belum sepenuhnya berjalan dengan efisien, dalam penerapannya masih terdapat poin-poin yang harus diperhatikan seperti kerjasama antara berbagai badan publik yang terlibat, kurangnya sosialisasi, serta respon masyarakat. Untuk meningkatkan efektivitasnya, diperlukan keikutsertaan dalam pengawasan kinerja pelayanan publik
4	(Yusuf et al., 2023) Studi Kasus Keterbukaan Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informasi Kab. Mojokerto dalam Tinjauan Komunikasi Publik di Masa Pandemi Covid-19.	Kualitatif	Hasil penelitian menyatakan bahwa keterbukaan informasi publik di Mojokerto merupakan hasil dari berbagai aspek seperti penjaminan informasi, kemudahan akses, kebebasan memperoleh informasi, persepsi khalayak, serta kepercayaan masyarakat. Peneliti menilai bahwa keterbukaan informasi yang dilakukan oleh badan publik harus turut mempengaruhi perilaku masyarakat.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Komunikasi

“Komunikasi adalah rangkaian proses dalam bertukar informasi dan saling berinteraksi, dan termasuk juga berbagai fungsi utama dalam kehidupan individu”. (Hidayati, 2023)

Mulyana menyatakan bahwa istilah komunikasi awalnya merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *Communication*. Istilah ini sendiri terdiri dari dua kata dasar, yaitu *Komo* dari bahasa latin *Communicare* yang bermakna bersama dengan, atau berbagi dan *Unikasi* dari bahasa latin *Unus* yang berarti satu. Sehingga jika diartikan secara etimologis, komunikasi berarti membuat secara bersama-sama atau berbagi menjadi satu. (Pohan & Fitria, 2021).

Menurut Harold Lasswell pemahaman komunikasi meliputi lima pertanyaan dasar yaitu: siapa yang mengatakannya, apa yang dikatakan, melalui saluran apa, kepada siapa itu disampaikan, dan apa dampak setelahnya (Arko-Mensah, 2024).

Harold Lasswell menyatakan bahwa komunikasi bisa dipahami sebagai sebuah proses untuk berbagi makna dalam bentuk pesan, pesan komunikasi ini bisa berupa ide atau gagasan yang diwujudkan melalui simbol yang memiliki arti dan disepakati bersama oleh pihak yang terlibat (Hariyanto, 2021).

Rogers dan Kincaid mengemukakan bahwa Komunikasi bisa diartikan sebagai bentuk pemberian informasi yang meliputi ide, gagasan, atau pesan dari salah satu pihak yang kemudian ditunjukkan kepada pihak lainnya, sehingga bisa dipahami sebagai sebuah rangkaian kejadian antara dua orang atau lebih yang saling bertukar informasi serta mengarah pada satu pemahaman dan memungkinkan terjadinya umpan balik (Mucharam, 2022).

Sejalan dengan 5 (lima) konsep dasar menurut Laswell terkait pemahaman komunikasi yang disebutkan sebelumnya, terbentuk juga 5 (lima) unsur komunikasi yang disebutkan oleh Laswell dalam (Hidayati, 2023), yaitu:

1. Komunikator

Komunikator atau yang disebut juga sebagai sumber adalah pihak utama yang bertugas untuk memulai jalannya komunikasi, baik itu secara individu, kelompok, ataupun sebuah lembaga.

2. Pesan

Pesan merupakan sebuah informasi yang nantinya akan disampaikan oleh sang sumber atau komunikator kepada lawan bicaranya, penyampaiannya dapat secara verbal atau non-verbal.

3. Saluran Media

Sebuah perantara, media, ataupun alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada lawan bicaranya, dapat secara langsung, ataupun tidak langsung.

4. Komunikan

Pihak lain, bisa berupa individu ataupun sekelompok orang yang menerima pesan dari pihak sumber atau komunikator.

5. Dampak

Efek yang terjadi pada sang penerima pesan (komunikan) setelah menerima pesan yang disampaikan oleh sumber (komunikator), hal ini bisa berupa bertambahnya pengetahuan, perubahan sikap, dan lain sebagainya.

Selain kelima unsur tersebut, DeVito juga menyebutkan dua unsur lainnya (Mucharam, 2022), yaitu: umpan balik dan gangguan (*noise*).

Menurut Moss dan Tubbs, Komunikasi bisa dibagi menjadi 6 (enam) jenis atau konteks (Mukarom, 2021), yaitu:

1. Komunikasi Intrapribadi: Komunikasi yang terjadi dalam diri, melibatkan ingatan, serta interpretasi simbol-simbol yang ditangkap melalui panca indera. Bisa juga diartikan sebagai komunikasi dengan diri sendiri.
2. Komunikasi Antarpribadi: Komunikasi antar perorangan yang bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung ataupun tidak langsung. Contohnya percakapan tatap muka.
3. Komunikasi Kelompok: Proses pertukaran verbal dan non-verbal antara tiga orang atau lebih dalam sebuah kelompok dengan tujuan untuk saling mempengaruhi.
4. Komunikasi Organisasi: Komunikasi yang terjadi di dalam sebuah wadah organisasi, di mana proses komunikasi dilaksanakan oleh tiap individu yang terlibat dalam organisasi tersebut.
5. Komunikasi Massa: Komunikasi yang melibatkan satu orang sebagai pembicara, dengan audiens yang berperan sebagai pendengar. Ini adalah bentuk komunikasi langsung di mana pembicara berinteraksi dengan audiens secara tatap muka.
6. Komunikasi Publik: Komunikasi yang menggunakan berbagai media untuk menyampaikan pesan kepada sejumlah besar individu. Proses ini bisa melibatkan aspek komunikasi intrapribadi, antarpribadi, kelompok, dan organisasi, serta ditujukan kepada khalayak luas. Contoh dari komunikasi publik adalah postingan media sosial yang dapat diakses oleh banyak orang secara bersamaan.

2.2.2 Komunikasi Publik

Hageman mengemukakan bahwa “komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan oleh seorang individu ataupun lembaga dengan isi penyampaian yang ditujukan kepada khalayak dalam jumlah besar, baik menggunakan media cetak ataupun media digital” (Mukoyimah & Bariyah, 2023).

Melengkapi pernyataan tersebut, Anderson ikut menjelaskan bahwa komunikasi publik dilakukan dengan tujuan untuk menyampaikan sebuah penjelasan terhadap khalayak yang ditentukan, dengan mengenyampingkan poin dimana penjelasan itu akan diperhatikan atau tidak (Yusuf et al., 2023). Terkait hal ini, Romli dalam (Muspawi et al., 2023) mengatakan bahwa tujuan komunikasi publik adalah untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang, informasi ini bisa berupa kegiatan serta kebijakan yang diambil oleh suatu pihak.

Terdapat 4 (empat) ciri-ciri atau karakteristik yang membedakan komunikasi publik dengan komunikasi lainnya, hal ini disampaikan oleh Cangara dalam (Mucharam, 2022) yang diantaranya adalah:

1. Informasi atau pesan yang disampaikan bersifat berkelanjutan
2. Pesan yang disampaikan biasanya dipersiapkan terlebih dahulu atau terencana, dan bukan secara spontanitas.
3. Sumber pesan dapat diidentifikasi, baik itu individu ataupun lembaga. Penerima pesan atau komunikan juga umumnya terlibat dalam suatu hal yang sama
4. Bersifat dua arah, namun interaksi antara sumber dengan penerima sedikit terbatas.

Meskipun komunikasi publik dan komunikasi massa memiliki beberapa kesamaan, seperti penggunaan media massa dan tujuan mempengaruhi opini publik, tetapi terdapat perbedaan dalam hal audiens, interaksi, dan konteks penggunaannya. Komunikasi publik lebih berorientasi pada keterlibatan dan interaksi dua arah dengan publik, sementara komunikasi massa cenderung bersifat satu arah dan menyasar audiens yang sangat luas dan beragam. (Mukarom, 2021)

Komunikasi publik memegang peranan penting bagi pengembangan dan keberlanjutan suatu hal, dengan menggunakan umpan balik dari publik, komunikator mampu menyampaikan informasi yang lebih sesuai dan akurat (Hariyanto, 2021). Pendapat tersebut juga bertepatan dengan peran komunikasi yang dibahas oleh Grunig dalam (Celebi, 2020) yang menyatakan bahwa terdapat 7 peran komunikasi publik dalam pelaksanaannya di sebuah organisasi publik, yaitu:

1. Peningkatan transparansi dan akuntabilitas

Komunikasi publik berperan sebagai proses yang menyediakan informasi agar masyarakat mengetahui terhadap setiap tindakan, kebijakan, dan keputusan yang diambil oleh suatu organisasi publik.

2. Membangun hubungan dan kepercayaan publik

Komunikasi publik berperan sebagai jembatan dalam membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang terbuka dan jujur.

3. Meningkatkan partisipasi publik

Komunikasi publik berperan dalam mendorong keikutsertaan publik dalam proses pengambilan keputusan atau pelaksanaan kebijakan yang diterapkan oleh suatu organisasi publik melalui umpan balik yang diberikan.

4. Media penyebaran informasi dan edukasi publik

Komunikasi publik berperan dalam menyebarkan informasi penting yang perlu diketahui oleh khalayak umum serta peningkatan kesadaran masyarakat terhadap hak dan kewajiban mereka sendiri.

5. Pengelola krisis dan isu

Komunikasi publik berperan penting dalam situasi yang kritis, seperti penyampaian informasi yang bisa menenangkan masyarakat, serta panduan tindakan yang perlu diambil.

6. Penguat identitas dan citra organisasi

Komunikasi publik juga berperan dalam membentuk dan memperkuat identitas organisasi di mata publik, dengan penyampaian pesan yang konsisten dan positif, reputasi yang baik akan bisa didapat dengan mudah.

7. Pendorong perubahan perilaku sosial

Komunikasi publik dapat mendorong perubahan perilaku sosial di masyarakat, termasuk pengadaan kampanye dan pengambilan keputusan yang bisa mempengaruhi banyak orang.

Berbagai pakar komunikasi kemudian memberikan pendapatnya terkait komunikasi publik, yang akhirnya membentuk beberapa teori komunikasi publik dibawah ini (Mukarom, 2021) :

1. Teori *Agenda-Setting* digagas oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw yang mengambil poin bahwa media bertindak sebagai penentu isu apa yang penting, apa yang dianggap penting oleh media akan menjadi sesuatu yang penting juga untuk khalayaknya.

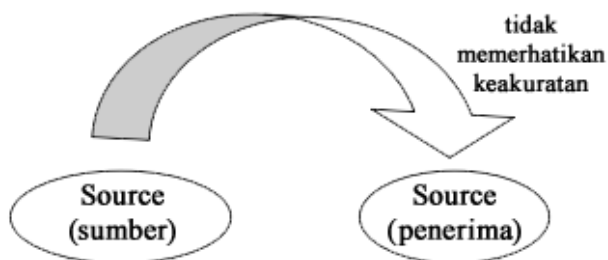
2. Teori *Uses and Gratifications* oleh Elihu Katz, Jay G, dan Michael Gurevitch yang menekankan bahwa khalayak atau pengguna media memiliki peranan penting dalam memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Faktor sosial dan psikologis yang berbeda antar individu dinilai mampu membuat setiap individu memberikan tanggapan yang berbeda-beda terhadap isi medianya.
3. Teori *Elaboration Likelihood Model* atau teori kemungkinan elaborasi yang dikembangkan oleh Richard Petty dan John Cacioppo ini menyatakan bahwa setiap individu memiliki cara pemahamannya sendiri dalam mengolah pesan persuasif, baik dengan pertimbangan mendalam atau hanya isyarat sederhana seperti daya tarik sumber.

Model komunikasi memiliki keterkaitan yang tinggi dalam perumusan teori, model komunikasi mampu memberikan kerangka terhadap unsur-unsur yang saling berkaitan dalam sebuah permasalahan (Yulia, 2023). Berikut ini beberapa model komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi publik:

2.2.3 Model Komunikasi Publik

James Grunig menyatakan bahwa terdapat 4 konsep model dalam komunikasi publik dalam penyampaian informasi, yaitu:

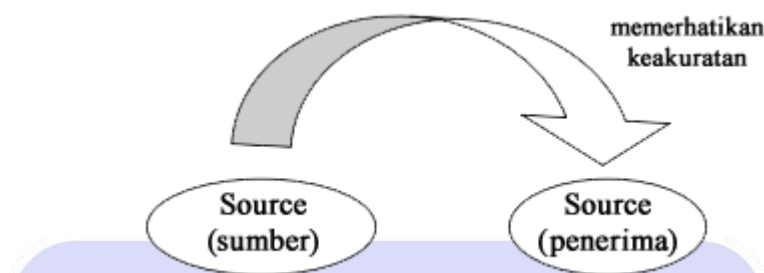
1. Model *Press Agency*



Gambar II.1 Model *Press Agency*

Model ini berfokus pada menarik perhatian khalayak melalui media dan seringkali tidak memerhatikan keakuratan informasi. Komunikasi bersifat satu arah dari sumber ke penerima.

2. Model *Public Information*



Gambar II.2 Model *Public Information*

Model ini berfokus pada penyampaian informasi akurat kepada khalayak dan seringkali melalui media komunikasi satu arah.

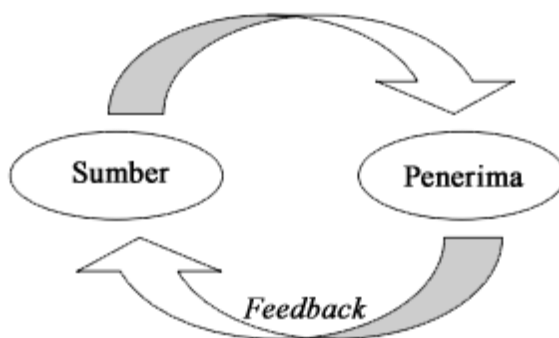
3. Model *Two-way Symmetrical*



Gambar II.3 Model Two-way symmetrical

Model komunikasi yang bersifat dua arah seimbang, bertujuan untuk membangun hubungan dan komunikasi yang saling pengertian serta saling menguntungkan antara komunikator dengan komunikannya. Model ini biasanya diterapkan oleh lembaga atau korporasi yang mengedepankan umpan balik khalayak demi memilah beberapa program yang akan dijalkannya.

4. Model *Two-way Asymmetrical*



Gambar II.4 Model *Two-way Asymmetrical*

Model komunikasi yang bersifat dua arah tak seimbang, dimana sebuah organisasi mencari umpan balik khalayak, dengan menggunakan umpan balik untuk menyesuaikan pesan yang lebih efektif, namun dengan tujuan akhir untuk mendapatkan dukungan khalayak terhadap program atau kebijakan yang dilaksanakan atau direncanakan. (Meiranti, 2022)

Kavitha menjelaskan bahwa model komunikasi publik dua arah asimetris mempertimbangkan umpan balik dari audiens, umpan balik tersebut digunakan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi melalui penyesuaian pesan dan strategi, sehingga timbul dua indikasi utama dalam terjadinya komunikasi ini, yakni:

- a. Pengaruh umpan balik: respon dari audiens digunakan untuk menyempurnakan pesan dan strategi komunikasi kedepannya, namun umpan balik tersebut tidak dimaksudkan untuk mengubah arah atau kebijakan yang ada secara signifikan.
- b. Bentuk pesan strategis dan persuasif: Informasi yang diperoleh dari umpan balik digunakan untuk menciptakan pesan strategis yang disesuaikan dengan preferensi audiens, sehingga memaksimalkan potensi persuasi. (Balakrishnan et al., 2024)

2.2.4 New Media

Mark Poster dalam *The Second Media Age* menyatakan bahwa “*New Media* adalah ilmu yang mempelajari sebuah media komunikasi yang diterapkan secara luas kedalam sebuah jaringan, internet atau alat-alat elektronik” (Arko-Mensah, 2024).

Teori *new media* mendasari dua pandangan utama terkait perbedaan antara media pertama yang mengutamakan penyiaran seperti radio dan televisi, dengan media kedua yang mengutamakan jaringan seperti sosial media (Arifin, 2020). Memperjelas hal tersebut, Van Dijk menyatakan bahwa salah satu bentuk *new media* adalah internet, dan segala macam kemudahan didalamnya yang memungkinkan untuk berkomunikasi, yang salah satunya adalah sosial media. (Arko-Mensah, 2024)

Teori *New Media* tersebut kemudian membagi jenis media komunikasi menjadi dua macam menurut Wilbur dalam (Mukarom, 2021), yaitu:

1. Media komunikasi Tradisional
 - a. Media Cetak yang meliputi koran, majalah, pamflet, ataupun brosur.
 - b. Media Elektronik yang meliputi radio dan televisi.
2. Media komunikasi Digital
 - a. Internet yang meliputi situs web, blog pribadi, ataupun email.
 - b. Media Sosial yang meliputi berbagai platform digital seperti *facebook*, *X*, *Instagram*, dan lain-lain.

2.2.5 Media Sosial

Menurut Khan, Media sosial adalah platform daring yang memungkinkan para penggunanya untuk saling bertukar informasi dalam komunitas virtual. Media sosial juga termasuk kedalam salah satu jenis media digital, media ini meliputi berbagai bentuk, seperti jejaring sosial (*Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan lain sebagainya), blog individu, forum daring, dan wiki. (Puspitasari & Irwansyah, 2022)

Hal ini juga selaras dengan apa yang disampaikan oleh Andreas dan Haenlein dalam (Iryani & Syam, 2023) yang menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah medium yang dibuat berdasarkan teknologi dan pemahaman Web 2.0 yang memudahkan pertukaran konten antar pengguna.

Sedangkan menurut Boyd dan Ellison dalam (Kamil & Tanno, 2022) Media sosial bisa dipahami sebagai layanan dengan basis web yang memungkinkan para penggunanya untuk membangun profil publik dalam rentang terbatas.

2.2.6 Instagram

“*Instagram* adalah salah satu platform atau aplikasi media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video antar pengguna, platform ini digagas oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada pertengahan tahun 2010”. (Arko-Mensah, 2024).

Lubis mengemukakan bahwa *Instagram* juga bisa dipahami sebagai sebuah platform media sosial yang menitikberatkan pada pendekatan visual, konten dengan foto-foto serta video menarik yang didukung dengan fitur seperti filter dan tagar, membuat platform ini digemari banyak orang, aplikasi ini memungkinkan para penggunanya untuk mengedit dan berbagi gambar serta video singkat dengan para pengikutnya. (Rasyid, 2020)

Selain memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, Instagram juga memiliki berbagai fitur yang membuatnya unik dan populer, berikut ini merupakan beberapa fitur utama yang ada di dalam *instagram* (Susilawaty et al., 2022), yaitu:

1. *Feed*: Tempat di mana pengguna dapat melihat postingan dari akun-akun yang mereka ikuti.
2. *Direct Message (DM)*: Fitur yang memungkinkan komunikasi secara pribadi antara dua pengguna media sosial.

3. *Reels*: Fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi video pendek, mirip dengan TikTok.

Hernández menunjukkan bahwa Instagram merupakan alat yang efektif untuk komunikasi publik karna kemudahannya seperti dalam menyebarkan informasi penting, meningkatkan keterlibatan publik, dan membangun citra yang positif. (Perea et al., 2021)

2.2.7 Keterbukaan Informasi Publik

Keterbukaan informasi publik yang dijelaskan oleh Immanuel Kant adalah konsep di mana informasi yang dimiliki oleh pemerintah atau badan publik harus tersedia dan dapat diakses oleh khalayak umum secara bebas dengan tujuan untuk menciptakan transparansi dan partisipasi publik dalam proses pemerintahan. (Auralia & Fitriyah, 2024)

Berdasarkan Pasal 7, ayat (1-3) Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menyatakan bahwa “Keterbukaan informasi publik merupakan hak yang wajib didapatkan oleh masyarakat umum tanpa terkecuali, setiap badan publik atau instansi pemerintahan turut wajib menyediakan informasi publik yang bisa diakses dengan mudah oleh publik”. (BPK, 2008).

Menurut Welchman terdapat 3 indikator dalam peningkatan keterbukaan informasi publik yang dijalankan oleh sebuah badan publik (Setyawati & Fitriati, 2023), yaitu:

1. Kualitas dan kejelasan informasi

Indikator ini mencakup seberapa baik informasi disampaikan dan sejauh mana informasi itu bisa dimengerti oleh publik. Kualitas informasi ini mencakup akurasi, kebenaran, serta relevansi informasi yang disediakan oleh badan publik.

2. Kemudahan akses informasi

Indikator ini berfokus pada seberapa mudahnya publik dapat mengakses informasi yang diperlukan dari badan publik tersebut. Hal ini mencakup transparansi proses akses informasi, ketersediaan informasi secara online maupun offline, serta ketersediaan dokumen dan data yang relevan.

3. Tingkat interaksi dan respon

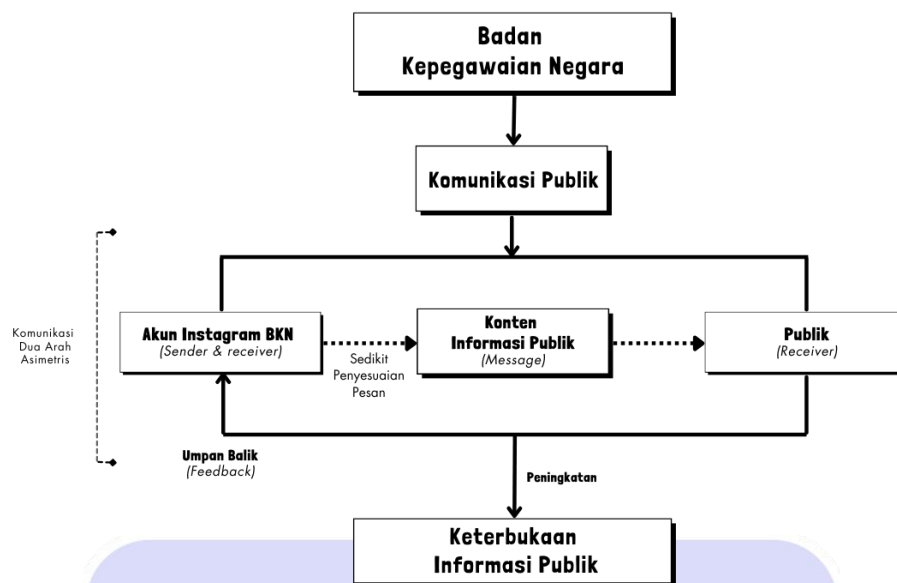
Indikator ini menunjukkan sejauh mana badan publik berinteraksi dengan publik dan memberikan respons yang memadai terhadap permintaan atau pertanyaan terkait informasi yang ditanyakan.

2.3 Kerangka Berpikir

Penyampaian informasi publik melalui media sosial *Instagram* melibatkan pengiriman pesan oleh instansi pemerintah kepada publik. Meskipun penyampaian ini lebih berfokus pada hal persuasif, namun umpan balik dari publik tetap penting bagi pelaksanaan keterbukaan informasi.

Contohnya seperti disaat sebuah Instansi pemerintah menyampaikan informasi tentang kebijakan baru di *Instagram*. Publik memberikan komentar atau mengirim pesan langsung yang berisi tanggapan atau pertanyaan. Instansi merespons dengan menjelaskan lebih lanjut atau menyesuaikan pesan berikutnya berdasarkan umpan balik yang diterima.

Berdasarkan hal ini, peneliti memilih untuk menggunakan pola komunikasi publik dengan Model Komunikasi *Two-way Asymmetrical* yang dicetuskan oleh Grunig, Model ini menggambarkan bagaimana instansi pemerintah menggunakan komunikasi publik di *Instagram* untuk mempengaruhi publik, sambil tetap memperhatikan umpan balik publik untuk menyesuaikan pesan, namun dalam jangkauan kepentingan instansi.



Gambar II.5 Kerangka Berpikir

(Sumber: Hasil olah data penulis)

Pada gambar diagram alir diatas, dapat dijelaskan bahwa Instansi Badan Kepegawaian Negara melakukan komunikasi publik melalui akun *Instagram* @bkngoidofficial dalam menjalankan kewajiban keterbukaan informasinya, saat para pengguna akun *Instagram* memberikan umpan balik di kolom komentar, terjadilah komunikasi dua arah dengan publik.

Meskipun ada interaksi dua arah, tetapi tujuan akhirnya tetap untuk mempengaruhi dan mengarahkan sikap publik agar mendukung program-program dan kebijakan yang sudah dijalankan, sehingga terjadilah komunikasi dua arah asimetris.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian atau sering kali disebut sebagai metode ilmiah merupakan sebuah tahapan, proses, ataupun langkah-langkah dalam mendapatkan sebuah ilmu atau hasil yang ilmiah (Suryana, 2019). Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Menurut Lexy J. Moleong dalam (Muspawi et al., 2023) menyatakan bahwa penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan petunjuk terkait apa yang dialami, seperti perilaku, tindakan, dan berbagai hal secara umum melalui penjelasan kata-kata dengan menggunakan berbagai konsep ilmiah.

Dalam penelitian kualitatif deskriptif ini, peneliti akan menggunakan jenis penelitian studi kasus deskriptif (*descriptive-case study*). John Creswell menyatakan bahwa terdapat 5 pendekatan utama dalam penelitian kualitatif, yakni: Studi Kasus, Naratif, *Grounded Theory*, Fenomenologi, dan Etnografi. Sedangkan studi kasus sendiri adalah pendekatan yang dipakai untuk menelusuri suatu fenomena dengan mengumpulkan berbagai data yang kemudian akan diolah untuk mendapatkan hasilnya. (Oktana, 2023)

Selaras dengan pernyataan tersebut, Alkhakim mengemukakan bahwa studi kasus deskriptif merupakan pendekatan yang mengamati secara mendalam tentang suatu kasus, program, atau kegiatan yang memungkinkan peneliti untuk mempelajari kejadian secara kompleks. (Yusuf et al., 2023)

Sementara dijelaskan juga bahwa studi kasus deskriptif merupakan cara yang digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh terkait, karakteristik, proses ataupun keadaan dari sebuah kasus tanpa melakukan perbandingan ke bagian yang lebih besar. (Nurahma & Hendriani, 2021)

Dengan memilih studi kasus tipe deskriptif, peneliti dapat memberikan gambaran menyeluruh dan terperinci terkait komunikasi publik yang dilakukan oleh instansi Badan Kepegawaian Negara (BKN) melalui akun *Instagram*-nya, termasuk jenis konten yang diposting, interaksi dengan pengguna, serta dampak komunikasi publik terhadap keterbukaan informasi publik. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim Humas BKN dan pengikut akun *Instagram* @bkngoidofficial, meliputi analisis konten, komentar, dan interaksi lainnya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat Badan Kepegawaian Negara yang berlokasi di Jl. Mayjen Sutoyo No. 12, Jakarta Timur. Penelitian berlangsung selama bulan 01 Mei 2024 sampai 01 Juni 2024.

3.3 Unit Analisis

Menurut (Dianti, 2019), unit analisis merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan subjek penelitian yang akan dibahas, unit ini bisa merupakan sebuah benda, perorangan, atau apapun yang bisa menghasilkan sebuah kejelasan atas sesuatu. Dengan demikian, unit analisis yang dipilih dalam penelitian ini adalah akun sosial media Instagram BKN @bkngoidofficial, termasuk para individu yang bertanggung jawab dalam mengelola akun tersebut, yaitu tim kehumasan BKN yang menjadi bagian dari Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama.

3.4 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah sebuah unsur atau bagian dalam penelitian yang memudahkan pembaca dan peneliti untuk memiliki satu keahaman atau pemikiran yang sama terkait karakteristik dari semua variabel penelitian yang diteliti. (Jamilah & Widiyanto, 2021).

Dalam penelitian ini, beberapa konsep yang digunakan perlu dijelaskan secara konseptual untuk memberikan pemahaman yang lebih baik. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Publik merupakan sebuah proses penyampaian informasi dari badan publik kepada khalayak dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, partisipasi, ataupun transparansi.
2. Keterbukaan Informasi Publik merupakan prinsip yang memastikan bahwa informasi terkait kebijakan, keputusan, dan tindakan pemerintah yang bersifat umum selalu tersedia dan dapat diakses oleh masyarakat. Indikator peningkatannya ditandai oleh 3 (tiga) hal, yakni: Kualitas dan kejelasan informasi, Kemudahan akses informasi, serta Tingkat interaksi dan respon.
3. Model Komunikasi 2 Arah Asimetris merupakan proses interaksi dimana salah satu pihak memiliki lebih banyak kendali dibandingkan pihak lainnya serta mampu mempengaruhi pandangan dari pihak yang menerima informasi. 2 (dua) Indikasi utamanya adalah Pengaruh umpan balik, serta bentuk pesan yang strategis dan persuasif.

3.5 Pemilihan Informan dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Metode Pemilihan Informan

Menurut Giarti, Informan adalah setiap individu yang mengetahui permasalahan yang akan diteliti, atau memiliki pengetahuan terkait data yang akan diteliti. (Mardiyanto, 2019)

Dalam memilih informan sebagai sumber data dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan penjelasan dari Sugiyono dalam (Kamil & Tanno, 2022) yang menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah pemilihan informan berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan demi mendapatkan informasi yang paling relevan dan menyeluruh.

Penulis memilih informan berdasarkan kriteria yang akan digunakan, yaitu:

1. Pegawai BKN yang mengelola akun media sosial *instagram* @bkngoidofficial, atau anggota humasnya yang memiliki pengetahuan terkait strategi komunikasi dan konten yang harus ditayangkan.

Nama	Jabatan	Unit
Firman Safrizal, A.Md	Pengolah Bahan Informasi dan Publikasi	Biro Humas, Hukum, dan Kerja Sama (BHHK)
Vicky Ayu Efrilia, S.Kom	Analisis Data dan Informasi	Biro Humas, Hukum, dan Kerja Sama (BHHK)
Metta Rhozely, S.I.Kom	Analisis Humas	Biro Humas, Hukum, dan Kerja Sama (BHHK)

Tabel III.1 Profil Informan

2. Publik atau audiens yang sering berinteraksi dengan akun *instagram* @bkngoidofficial di kolom komentar dalam rentang waktu sebulan terakhir.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Demi pemenuhan data untuk metode penelitian studi kasus deskriptif, peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis konten.

1. Observasi

Menurut Sugiyono, Observasi adalah sebuah proses yang tersusun dari berbagai keadaan psikologis dan biologis, yang diantaranya termasuk pengamatan dan ingatan. (Jamilah & Widiyanto, 2021)

Observasi yang akan digunakan oleh peneliti adalah observasi partisipatif moderat, Sugiyono menjelaskan bahwa observasi partisipatif moderat adalah pengamatan dimana peneliti ikut serta dalam beberapa kegiatan, namun tidak semuanya. Sedangkan menurut Stainback, dalam observasi partisipatif, peneliti mengamati apa yang dikerjakan, mendengar apa yang diucapkan, dan ikut serta dalam sebagian kegiatan yang ada. (Hermalia, 2018)

2. Wawancara

Menurut Moleong wawancara adalah proses komunikasi antara dua pihak, antara pihak yang bertanya dengan pihak yang ditanya, demi mendapatkan sebuah penjelasan terkait permasalahan atau data yang ingin dipecahkan (Oktana, 2023). Menurut Nawawi dan Hardari, wawancara terbagi menjadi 3 jenis (Fadhallah, 2021), yaitu:

a. Wawancara Terstruktur:

Wawancara dimana *interviewer* mempersiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu tanpa mengubah urutan pertanyaan selama wawancara berlangsung.

b. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara yang digunakan disaat *interviewer* tidak menggunakan panduan pertanyaan apapun, dan alur pembicaraan bersifat spontanitas.

c. Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara yang dimana *interviewer* telah menyiapkan daftar pertanyaan namun urutan pengajuan pertanyaan bersifat fleksibel.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan wawancara terstruktur, Wawancara ini akan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya.

Informan dari BKN akan ditanyakan tentang strategi pengelolaan konten, evaluasi konten, kolaborasi, serta pengaruh umpan balik. Sedangkan dari sisi audiens, pertanyaan akan berkaitan dengan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan akun *instagram* @bkngoidofficial, kualitas informasi yang didapat, serta pendapat mereka tentang keterbukaan informasi yang disampaikan oleh BKN.

3. Analisis Konten

Analisis konten yang dijelaskan oleh Berelson dalam (Mukarom, 2021) adalah pengumpulan data yang melibatkan pemeriksaan terhadap unsur-unsur dalam teks atau media, sehingga memudahkan pemahaman terhadap konten yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi.

Peneliti akan melakukan analisis konten untuk memahami jenis informasi yang disampaikan, jumlah konten, dan interaksi yang terjadi di akun *instagram* @bkngoidofficial dalam kurun waktu penelitian yang sudah ditentukan.

3.6 Metode Pengolahan Data

3.6.1 Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif yang terdiri dari empat tahap. Memperjelas pernyataan ini, Huberman dalam (Mardiyanto, 2019) menjelaskan bahwa analisis data dalam pendekatan studi kasus deskriptif mencakup empat tahap, yaitu:

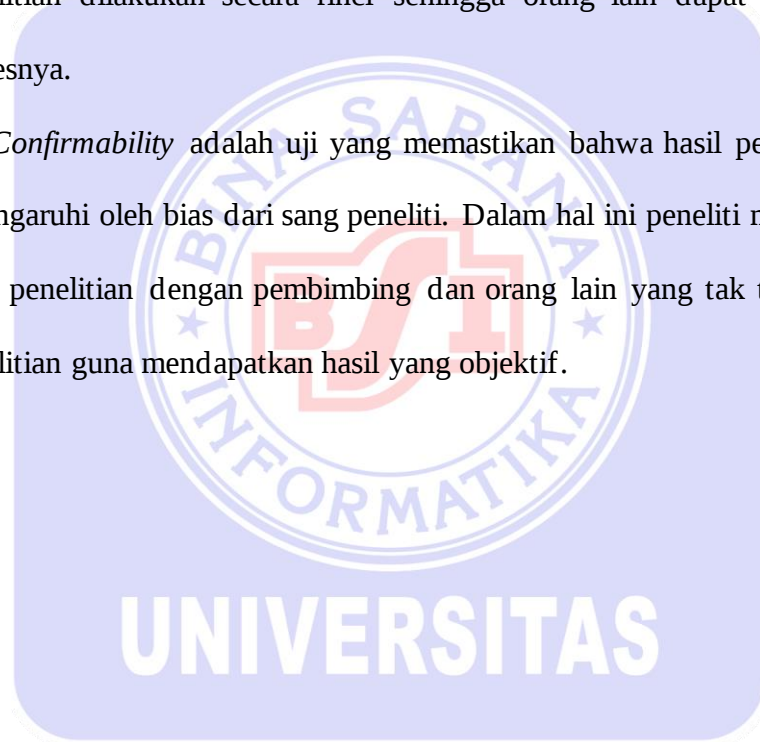
1. Pengumpulan data berupa data mentah yang didapatkan dari hasil wawancara mendalam serta analisis konten yang telah dilakukan.
2. Reduksi data berupa penyederhanaan data kosa kata yang singkat dan terstruktur
3. Penyajian data dilakukan melalui kata-kata naratif serta tabel data berdasarkan hasil mentah yang kemudian sudah direduksi
4. Verifikasi atau penarikan kesimpulan berupa penulisan makna dari semua data yang sudah diolah dalam tiga tahap sebelumnya untuk mendapatkan kesimpulan akhir.

3.6.2 Teknik Keabsahan Data

Menurut Raco dalam (Yulia, 2023), Teknik keabsahan data adalah proses pengujian kebenaran data melalui waktu dan alat yang berbeda, bisa dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi, atau membandingkan pemahaman dua orang yang berbeda terhadap satu topik yang sama.

Berkaitan dengan proses tersebut, Sugiyono dalam (Hermalia, 2018) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, teknik keabsahan datanya meliputi uji kredibilitas data, uji keteralihan, uji kebergantungan, dan uji *confirmability*. Ke-empat tahap uji ini juga dijelaskan lebih lanjut oleh Lincoln dan Guba dalam (Stahl & King, 2020) yang menyatakan bahwa:

1. Uji kredibilitas data adalah uji yang dilakukan untuk memastikan bahwa data yang didapat memang menggambarkan kenyataan yang ada. Peneliti menggunakan metode interaksi berkepanjangan dengan subjek penelitian untuk memahami konteksnya secara mendalam.
2. Uji Keteralihan yaitu bisa atau tidaknya hasil penelitian ini digunakan pada situasi lain yang serupa.
3. Uji ketergantungan adalah proses untuk memastikan bahwa semua tahap penelitian dilakukan secara rinci sehingga orang lain dapat mengevaluasi prosesnya.
4. Uji *Confirmability* adalah uji yang memastikan bahwa hasil penelitian tidak dipengaruhi oleh bias dari sang peneliti. Dalam hal ini peneliti membicarakan hasil penelitian dengan pembimbing dan orang lain yang tak terlibat dalam penelitian guna mendapatkan hasil yang objektif.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Instansi Badan Kepegawaian Negara

Badan Kepegawaian Negara (BKN) adalah badan publik yang bertanggung jawab atas kepengurusan kepegawaian di Indonesia. Pembentukan instansi BKN berawal dari kebutuhan untuk mengelola aparatur sipil negara secara lebih efektif. BKN didirikan pada tanggal 30 Mei 1948, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 1948.

Pada awal pembentukannya, lembaga ini dikenal dengan nama Kantor Urusan Pegawai (KUP). Tujuan utama pembentukan KUP adalah untuk mengatur segala hal yang berkaitan dengan administrasi kepegawaian dalam ruang lingkup pemerintahan. Pada tahun 1960, Kantor Urusan Pegawai diubah namanya menjadi Badan Administrasi Kepegawaian Negara (BAKN). Perubahan ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk memperkuat fungsi manajemen kepegawaian dan meningkatkan kualitas pelayanan publik.

Pada tahun 1999, BAKN kembali mengalami perubahan nama menjadi Badan Kepegawaian Negara (BKN). Perubahan ini ditetapkan melalui Keputusan Presiden Nomor 159 Tahun 1999, yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan perkembangan organisasi dan tuntutan reformasi birokrasi. BKN memiliki peran penting dalam mengembangkan kebijakan dan sistem manajemen kepegawaian yang modern dan profesional. BKN juga aktif dalam meningkatkan kompetensi dan profesionalisme PNS melalui berbagai program pelatihan dan pengembangan.

4.1.2 Lokasi Instansi Badan Kepegawaian Negara

Kantor pusat instansi Badan Kepegawaian Negara terletak di Jl. Mayjend. Sutoyo No. 12 Cililitan, Jakarta Timur 13640. Selain kantor pusatnya, BKN juga memiliki 14 Kantor regional yang tersebar di wilayah Yogyakarta, Surabaya, Bandung, Makassar, Jakarta, Medan, Palembang, Banjarmasin, Jayapura, Denpasar, Manado, Pekanbaru, Aceh, dan Manokwari.

4.1.3 Visi Misi Badan Kepegawaian Negara

1. Visi:

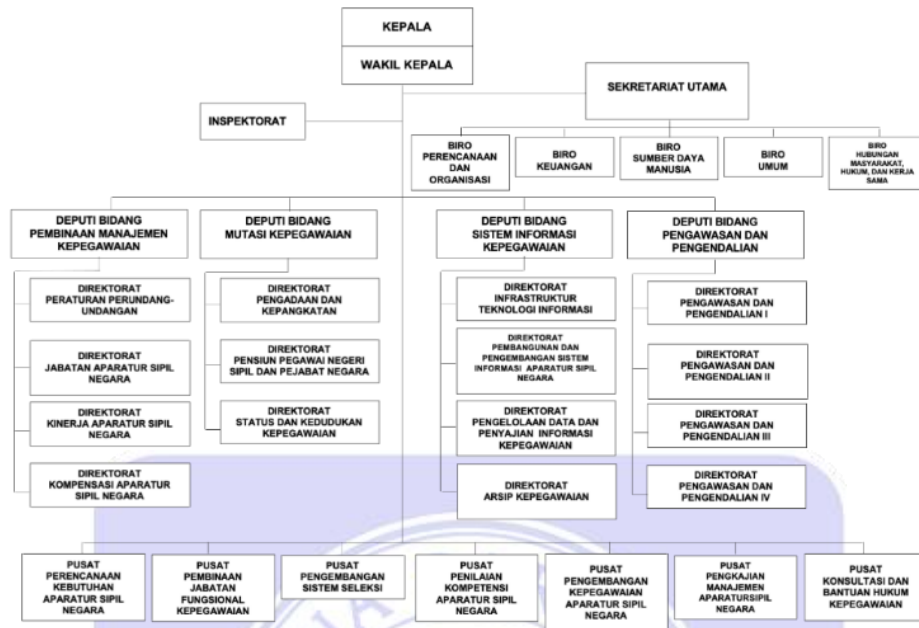
Menurut informasi yang tercantum di situs resmi BKN, visi BKN untuk periode 2020-2024 adalah menjalankan Visi Presiden Nomor 8 yang berbunyi “Pengelolaan Pemerintahan yang Bersih, Efektif, dan Terpercaya.” Visi ini diwujudkan melalui “Pengelolaan ASN yang Profesional dan Berintegritas untuk mendukung tercapainya Indonesia Maju yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berdasarkan prinsip gotong royong”.

2. Misi:

Demi mensukseskan Visi diatas, serta berpedoman pada tugas, fungsi dan wewenang BKN, Maka terdapat 5 hal utama yang menjadi misi BKN dalam meningkatkan kualitas Aparatur Sipil Negara (ASN), yaitu:

- a. Pembinaan penyelenggaraan manajemen ASN,
- b. Penyelenggaraan manajemen ASN,
- c. Penyimpanan informasi pegawai ASN,
- d. Pengawasan dan Pengendalian Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria Manajemen ASN.dan
- e. Mengembangkan dan mengoptimalkan sistem manajemen internal BKN

4.1.4 Struktur Instansi Badan Kepegawaian Negara



Gambar IV.1 Struktur Instansi Badan Kepegawaian Negara

(Sumber: www.bkn.go.id/profil/struktur-organisasi-bkn)

Penelitian ini akan dilakukan di unit Humas yang berada dibawah naungan divisi Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama yang kemudian diawasi secara langsung oleh Sekretariat Utama.

4.2 Hasil Penelitian

Demi mendapatkan hasil penelitian terkait peran komunikasi publik melalui media sosial *instagram* yang dilakukan oleh Instansi BKN dalam meningkatkan keterbukaan informasi publiknya, diperlukan pembahasan lebih lanjut terkait komunikasi publik yang berlangsung di *instagram* BKN, model komunikasi publik yang diterapkan, serta peningkatan keterbukaan informasi publik itu sendiri berdasarkan sudut pandang publik.

Berikut ini adalah hasil olah data terkait ketiga aspek yang diteliti oleh penulis demi mendapatkan hasil penelitian yang optimal:

4.2.1 Komunikasi Publik di Akun Instagram @bkngoidofficial

Instansi Badan Kepegawaian Negara melalui tim humasnya menerapkan komunikasi publik di akun Instagram @bkngoidofficial untuk menyebarkan informasi publiknya secara aktif. Informasi publik yang disampaikan melalui konten-konten tersebut disesuaikan dengan Tugas dan Fungsi (Tusi) BKN yaitu “segala sesuatu yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas pemerintahan di bidang manajemen kepegawaian negara”. Penjelasan tersebut didasarkan pada beberapa hasil olah data yang dikumpulkan di bawah ini.

Menurut hasil wawancara dengan Firman selaku Pengolah Bahan Informasi dan Publikasi, informasi publik yang disebarkan berupa administrasi kepegawaian dan peringatan hari-hari besar nasional:

“Karna Tusinya tentang administrasi kepegawaian, jadi setiap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepegawaian juga harus di-publish, contohnya kayak pembukaan CASN, atau juga konten hari-hari besar nasional”. (Firman, 19 Juni 2024)

Memperjelas hal tersebut, Vicky selaku Analis Data dan Informasi juga mengatakan bahwa ruang lingkup informasi terkait Tusi BKN mencakup banyak hal, mulai dari pengadaan sampai kedudukan hukum yang ada:

“Untuk ruang lingkup konten informasi publik dari BKN ini sebenarnya luas banget ya, karna kaitannya dengan kepegawaian, mulai dari pengadaan, mutasi, pemberhentian, pensiun, status, kedudukan hukum kepegawaian, sama masih banyak lagi, intinya sesuai tugas dan fungsinya”. (Vicky, 20 Juni 2024)

Sedangkan menurut Metta selaku Analis Humas, menyatakan bahwa meski konten yang disajikan tersebut bervariasi, tetapi masih harus mengikuti Tugas dan Fungsi BKN terkait manajemen kepegawaian negara.

“.....kontennya juga banyak macemnya, engga cuma kegiatan dari BKN aja. Apalagi kami hampir setiap hari selalu ada konten yang di post, jadi selain kegiatan-kegiatan besar, kami juga harus mengikuti Tusi yang ada”. (Metta, 19 Juni 2024)

Memperkuat jawaban dari ketiga informan terkait komunikasi publik di instagram BKN, menurut hasil olah data analisis konten akun instagram @bkngoidofficial terhitung sejak tanggal 01 Mei 2024 sampai dengan 01 Juni 2024, tim humas BKN sudah merilis 37 konten yang terdiri dari 13 video *reels* dan 24 desain poster yang sesuai dengan manajemen kepegawaian dan peringatan hari-hari besar.



Gambar IV.2 Konten @bkngoidofficial sejak 01 Mei 2024 – 01 Juni 2024

1	Selamat Hari Buruh 1 Mei 2024	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6a7N8P4e5/	1/5/2024	poster
2	Selamat Hari Pendidikan Nasional 2 Mei 2024	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6c2nIngvz/	2/5/2024	poster
3	Flyer Pemantauan & Evaluasi Pembinaan JF Pasce ditetapkan	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKu5CvYIG/	2/5/2024	poster
4	Bangun Pemahaman yang Sama, BKN Lakukan Diskusi Kelo	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	3/5/2024	poster
5	Kementerian Kesehatan Lakukan Benchmark ke Pusat Penli	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	3/5/2024	poster
6	BKN bersama KemenPAN-RB Bicara Proses Pengadaan ASN	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	4/5/2024	Reels
7	Update Progres Penetapan NIP ASN T.A 2023 per 6 Mei	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	6/5/2024	poster
8	Pembangunan UPT BKN Mataram Perluas Layanan BKN di Pr	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	6/5/2024	poster
9	Emang boleh tanya-tanya#11, Kenaikan Gaji Berkala bagi A	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	6/5/2024	poster
10	Pernikahan Kallian Bayangkan Kehidupan Tanpa Air yang Me	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	7/5/2024	Reels
11	Reels Penerimaan Calon Taruna Akademi TNI Perdana Gun	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	7/5/2024	Reels
12	Selamat Memperingati Hari Kenaikan Yesus Kristus	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	9/5/2024	Reels
13	Update Progres Penetapan NIP ASN T.A 2023 per 13 Mei	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	13/05/2024	poster
14	Flyer Konferensi Pers Persiapan Pembukaan Seleksi ASN ur	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	13/05/2024	poster
15	Pendaftaran Seleksi Sekolah Kedinasan di Portal SSCASN B	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	14/05/2024	poster
16	BKN Ajak Pemerintah Daerah Percepat Penyerahan SK Peng	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	14/05/2024	poster
17	Seleksi Sekolah Kedinasan Dibuka Hari Ini!!!!	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	15/05/2024	Reels
18	Emang boleh tanya-tanya, Sul - Cara Balik Kerja Abis CLTN	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	15/05/2024	poster
19	Daftar Seleksi CASN, Pengalaman kamu gimana?	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	17/05/2024	Reels
20	Peringatan Kebangkitan Nasional ke 116	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	20/05/2024	poster
21	Update Progres Penetapan NIP ASN T.A 2023 per 20 Mei	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	20/05/2024	poster
22	Emang boleh tanya-tanya, Sul - Alasan Pemberhentian PNS	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	21/05/2024	poster
23	UPT BKN Gorontalo Sekolng Layanan Kepegawaian yang Inx	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	21/05/2024	poster
24	Selamat Hari Raya Waisak 2568 BE	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	23/05/2024	poster
25	Update Progres Penetapan NIP ASN T.A 2023 per 27 Mei	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	27/05/2024	poster
26	Awal Pembentukan Institusi Manajemen ASN di Indonesia	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	27/05/2024	Reels
27	Update Seleksi Sekolah Kedinasan 2024 Data BKN 27 Mei 2	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	28/05/2024	Reels
28	Layanan Manajemen ASN dari Masa ke Masa	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	28/05/2024	Reels
29	Kemendikbudristek Gandeng BKN Dalam Integrasi PMM da	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	29/05/2024	poster
30	Emang boleh tanya-tanya, Sul - Pemberhentian PNS Karena	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	29/05/2024	poster
31	BKN Raih Penghargaan 15 Besar Kategori Lembaga Digital G	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	29/05/2024	Reels
32	Penyerahan Formasi CASN Kementerian Agama Tahun 2024	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	30/05/2024	poster
33	Aksi Nyata Stranas PK BKN akan Integrasi SIAASN dengar	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	31/05/2024	poster
34	21 PNS Ikuti Uji Kelayakan KPB Periode 01 Juni 2024	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	31/05/2024	Reels
35	Short Video Rangkaian Kegiatan Hari Ulang Tahun ke 76 BK	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	1/6/2024	Reels
36	Short Video Rangkaian Kegiatan Hari Ulang Tahun ke 76 BK	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	1/6/2024	Reels
37	Update Seleksi Sekolah Kedinasan 2024 Data BKN 1 Juni 20	Instagram	https://www.instagram.com/p/C6dKv5CvYIG/	1/6/2024	Reels

Gambar IV.3

Rekapitulasi konten @bkngoidofficial 01 Mei 2024 – 01 Juni 2024

Kedua data tersebut menunjukkan bahwa informasi publik yang disampaikan tersebut telah disesuaikan dengan Tugas dan Fungsi (Tusi) BKN.

Untuk pembuatan dan pengelolaan konten sendiri, setiap anggota tim humas BKN sudah memiliki perannya tersendiri, sedangkan kolaborasi dengan pihak lain biasanya hanya terjadi di tahap pelaksanaan kegiatan atau jika ada proyek khusus. Hal ini didasarkan pada hasil olah data berikut ini:

Hasil wawancara dengan Firman selaku Pengolah Bahan Informasi dan Publikasi menunjukkan bahwa kolaborasi hanya berlangsung di tahap pelaksanaan kegiatannya saja:

“Untuk kolaborasi palingan di tingkat kegiatannya aja,....., Tapi untuk pengolahan kontennya tetep BKN sendiri yang buat, karna kan memang untuk di post di instagram BKN”. (Firman, 19 Juni 2024)

Memperjelas pendapat tersebut, Vicky selaku Analis Data dan Informasi menyatakan bahwa hampir semua pembuatan konten dilakukan sendiri sesuai dengan tim yang telah ditugaskan:

“engga, untuk pembuatan konten hampir semuanya dari humas BKN sendiri, itu juga udah ada bagian tersendiri yang mengelola kontennya.....”. (Vicky, 20 Juni 2024)

Metta selaku Analis Humas juga menjelaskan bahwa beberapa pengecualian tersebut hanya terjadi jika ada proyek besar yang membutuhkan bantuan agensi kreatif:

“Setau aku klo pembuatan konten di instansi itu emang murni tanpa kolaborasi, adanya palingan di tahap pelaksanaan kegiatan aja do. Karna kami sendiri udah ada studio khusus untuk pembuatan konten, kecuali emang proyek besar yang butuh bantuan agensi kreatif untuk perekaman dan talentnya”. (Metta, 19 Juni 2024)

Mendukung pernyataan tersebut, berikut ini adalah salah satu momen disaat BKN sedang berkolaborasi dengan INews TV terkait wawancara netralitas ASN, serta studio yang biasa digunakan dalam pembuatan konten video di kantor BKN pusat.



Gambar IV.4 Kolaborasi pembuatan konten antara
INews dan BKN



Gambar IV.5 Salah satu ruang
studio di BKN

(Sumber: Dokumentasi pribadi penulis)

Dengan memanfaatkan komunikasi dua arah antara publik dengan instansi BKN, respon dari publik yang masuk baik melalui kolom komentar pada setiap konten yang ada, ataupun melalui *direct message (dm)*, ikut menjadi bahan penilaian dan evaluasi tersendiri. Penjelasan ini sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh ketiga informan dibawah ini:

Hasil wawancara dengan Firman selaku Pengolah Bahan Informasi dan Publikasi menunjukan bahwa *feedback* yang masuk menjadi bahan evaluasi yang nantinya akan dibahas kembali:

“Evaluasi dilakukan dengan beberapa metode, mas. Dari setiap konten kami periksa comment, dan views nya. Selain itu juga, feedback dari followers juga kami pertimbangkan, apa ada komentar atau DM yang memberikan kritik atau saran, kemudian nanti kami bahas lagi ke yang lain”. (Firman, 19 Juni 2024)

Vicky selaku Analis Data dan Informasi ikut menuturkan bahwa sudah terdapat prosedur evaluasi untuk konten yang dipaparkan:

“Iyaa, sebenarnya udah ada prosedurnya sendiri juga, dari komentar dan pesan yang masuk, dari cara respon kita, dari kualitas kontennya, biasanya nanti di akhir-akhir bakalan ada evaluasi untuk bahas itu semua...”. (Vicky, 20 Juni 2024)

Hasil wawancara dengan Metta selaku Analis Humas juga menyatakan bahwa semua konten tersebut nantinya akan di buat rekapitulasinya dan diserahkan kepada koordinator atau pimpinan untuk dievaluasi lebih lanjut:

“..... terus semuanya di rekap, mulai dari komentar hingga pesan masuk, untuk nanti dievaluasi sama koordinator atau pimpinan”. (Metta, 19 Juni 2024)

Berdasarkan kumpulan jawaban ketiga informan diatas, data yang didapat menunjukan bahwa informasi publik yang disampaikan oleh BKN bersifat terstruktur dan terarah. Selain itu, BKN memastikan bahwa informasi yang diberikan selalu mengikuti kebijakan yang berlaku dan bersifat berkelanjutan. Hal ini mencerminkan komitmen BKN dalam memberikan informasi yang akurat dan relevan untuk memenuhi kebutuhan informasi publik.

4.2.2 Model Komunikasi Publik yang Diterapkan

Untuk menentukan model komunikasi publik yang diterapkan oleh BKN melalui akun Instagramnya, ada dua faktor yang perlu diketahui terlebih dahulu, yaitu alur komunikasi yang terjadi dan besar pengaruh *feedback* yang diterima.

Hasil wawancara dengan Firman selaku Pengolah Bahan Informasi dan Publikasi menunjukan bahwa *feedback* yang diterima akan dijadikan perbaikan untuk penyampaian informasi, sedangkan penentuan konten masih mengikuti kebijakan instansi yang berlaku:

“Iya, kami aktif menerima feedback dari publik, entah itu kritik atau saran, semuanya kami jadikan bahan evaluasi untuk lebih menyempurnakan penyampaian informasi kami, untuk arah konten kedepannya sendiri kami tetap mengikuti setiap kebijakan yang berlaku, dan bukan berdasarkan evaluasi tadi”. (Firman, 19 Juni 2024)

Memperjelas pernyataan tersebut, hasil wawancara dengan Vicky selaku Analis Data dan Informasi menunjukkan bahwa alur komunikasi yang terjadi adalah dua arah, dan feedback menjadi bahan utama evaluasi penyampaian pesan:

“Pasti, karna kan memang komunikasi dua arah ya, jadi respon publik tetap jadi hal yang penting, tapi disini kan posisinya hanya menyampaikan program atau kebijakan yang dijalankan, respon publik tetap kami jadikan bahan evaluasi, tetapi konten dan kebijakan yang berlangsung ngga akan berubah”. (Vicky, 20 Juni 2024)

Sedangkan Metta selaku Analis Humas menyatakan bahwa arah konten tidak ditentukan berdasarkan feedback yang masuk, informasi publiknya disampaikan agar khalayak mengetahui dan bisa mendukung program atau kebijakan yang dijelaskan:

“...trus untuk penentuan konten itu udah beda lagi, biasanya kalau ada kegiatan atau kebijakan baru, langsung kami buat kontennya agar publik aware sama hal tersebut”. (Metta, 19 Juni 2024)

Berdasarkan data yang didapat dari ketiga informan tersebut, Badan Kepegawaian Negara melalui tim humasnya menggunakan media sosial instagram, untuk menyampaikan informasi publik, kemudian menerima *feedback* dari publik berupa komentar atau *direct message* yang masuk, *feedback* tersebut dijadikan bahan evaluasi untuk mengubah strategi komunikasi, memahami publik dan menyesuaikan pesan agar lebih efektif, namun dengan tujuan akhir untuk mempengaruhi publik agar menyadari kebijakan yang sudah ditetapkan.

4.2.3 Peningkatan Keterbukaan Informasi Publik

Selain hasil olah data wawancara dari ketiga informan yang sebelumnya sudah dipaparkan, penilaian dari sudut pandang publik juga diperlukan demi mendapatkan hasil yang akurat dan objektif terkait peningkatan keterbukaan informasi publik dari proses komunikasi publik yang dilakukan oleh pihak BKN melalui akun instagramnya.

Untuk melihat peningkatan keterbukaan informasi publik yang terjadi di akun instagram BKN, perlu diketahui tiga indikator utama yang bisa dijadikan patokan atas meningkatnya keterbukaan informasi publik, yaitu:

1. Kualitas dan Kejelasan Informasi

Hasil wawancara dengan Syahril selaku salah satu pengikut akun instagram BKN yang sering memberikan tanggapan di beberapa post terakhir, menyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh pihak BKN sudah jelas dan mudah dipahami:

“..... menurut saya informasi yang disampaikan udah cukup jelas dan mudah dipahami. Mereka sering gunain tagline yang simple dan grafik jelas gitu di kontennya. Informasinya juga bermanfaat semua, apalagi bagi kami yang pengen tau soal kebijakan kepegawaian dan berita-berita soal ASN.....”. (Syahril, 26 Juni 2024)

Data tersebut menunjukan bahwa informasi yang disampaikan oleh BKN melalui akun Instagramnya dinilai cukup jelas dan mudah dipahami. Penggunaan tagline yang sederhana dan grafis yang jelas dapat menjadi faktor penting dalam memastikan kualitas dan kejelasan informasi yang tersampaikan kepada publik secara efisien.

2. Kemudahan Akses Informasi:

Hasil wawancara dengan Syahril, menunjukan bahwa penggunaan instagram sebagai media penyebaran informasi publik dinilai sangat mempermudah publik dalam menerima informasi terbaru BKN:

“Iya sangat mempermudah. saya jadi dapet update soal CASN, kedinasan dan semacamnya gitu. Jauh lebih praktis kalau dibandingin dengan harus cari informasi di website resminya atau di media lain.

Kalau untuk informasinya, karna mereka itu kan sumber resmi, jadi saya anggap aja informasinya itu bener”. (Syahril, 26 Juni 2024)

Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram oleh BKN, efektif dalam meningkatkan kemudahan akses informasi publik bagi masyarakat. Selain itu, tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap informasi yang disampaikan menunjukkan bahwa publik menganggap akun Instagram BKN sebagai sumber informasi yang kredibel.

3. Tingkat Interaksi dan Respon Terhadap Publik:

Hasil wawancara dengan Syahrial menunjukkan bahwa respon dan interaksi yang diberikan oleh BKN terhadap umpan balik dari publik dinilai sudah sesuai:

“Jarang cuma pengalaman saya cukup bagus, Waktu itu komen tentang perubahan kebijakan PPPK guru pra jabatan, BKN balas dengan sopan dan informatif. Mereka jelasin dengan baik dan saya jadi lebih ngerti”. (Syahrial, 26 Juni 2024)

Dari wawancara ini, data menunjukkan bahwa tingkat interaksi dan respons terhadap publik oleh BKN melalui Instagram dinilai sudah cukup bagus. Meskipun frekuensi interaksi bisa bervariasi, informan menganggap respons yang diberikan oleh BKN sudah memuaskan.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Implementasi Komunikasi Publik

Selain penggunaan Instagram, BKN juga memanfaatkan Aplikasi SP4N LAPOR! sebagai media komunikasi dua arah yang efektif. Aplikasi ini memungkinkan masyarakat untuk melaporkan keluhan terkait pelayanan publik dan menerima tanggapan secara langsung. Instansi BKN telah mengimplementasikan komunikasi publik menurut H. Cangara di akun instagram serta beberapa media lainnya dengan memenuhi karakteristik atau ciri-ciri utama yang membedakan komunikasi publik dengan yang lainnya. Hal ini dapat dilihat dari konten-konten yang disampaikan oleh BKN, yang secara bersamaan turut menyesuaikan dengan karakteristik yang

disebutkan oleh cangara, yaitu: Informasi yang bersifat terstruktur dan berkelanjutan, serta Bersifat dua arah dan komunikasi umumnya terlibat dalam hal yang sama.

1. Informasi bersifat terstruktur dan berkelanjutan

Diketahui dari hasil wawancara bahwa informasi publik yang disampaikan oleh BKN di akun Instagram @bkngoidofficial bersifat terstruktur dan berkelanjutan. Setiap konten yang diposting telah disesuaikan dengan Tugas dan Fungsi (Tusi) BKN.

Hal ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa sejak 1 Mei 2024 hingga 1 Juni 2024, tim humas BKN telah merilis 37 konten yang sesuai dengan manajemen kepegawaian dan peringatan hari-hari besar.

2. Bersifat dua arah dan komunikasi terlibat dalam hal yang sama

Hasil penelitian menunjukan bahwa komunikasi di akun Instagram BKN terbukti bersifat dua arah, di mana respon dari publik yang masuk melalui kolom komentar pada setiap konten ataupun melalui direct message (DM) menjadi bahan penilaian dan evaluasi yang signifikan. Jawaban yang diberikan oleh informan juga menunjukkan adanya proses evaluasi yang terstruktur yang membuktikan bahwa evaluasi dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan.

4.3.2 Model Komunikasi Publik yang Diterapkan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dari data wawancara, instansi BKN telah menerapkan model komunikasi dua arah asimetris yang dicetuskan oleh Grunig. Dimana BKN dalam proses penyampaian informasi publiknya di Instagram telah selaras dengan karakteristik komunikasi dua arah asimetris, yaitu alur komunikasi masih memungkinkan dua arah, namun feedback yang diterima oleh BKN hanya menjadi bahan evaluasi untuk penyampaian pesan, dan tidak berpengaruh secara langsung pada penentuan konten atau kebijakan yang ada.

4.3.3 Peningkatan Keterbukaan Informasi Publik

Berdasarkan hasil penelitian terkait peningkatan keterbukaan informasi publik melalui akun Instagram BKN, data menunjukkan bahwa BKN telah berhasil menerapkan komunikasi publik yang efektif dalam meningkatkan penyebaran informasi publik. Pernyataan ini didasarkan pada tiga indikator utama peningkatan keterbukaan informasi publik menurut Welchman, yaitu:

1. Kualitas dan Kejelasan Informasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh BKN dinilai jelas dan mudah dipahami. Penggunaan tagline sederhana dan grafis yang jelas merupakan faktor penting dalam memastikan kualitas dan kejelasan informasi yang disampaikan kepada publik.

2. Kemudahan Akses Informasi

Hasil penelitian menunjukkan penggunaan instagram sebagai media penyebaran informasi publik dinilai sangat mempermudah publik dalam menerima informasi terbaru dari BKN. Selain itu, tingginya tingkat kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan oleh BKN menunjukkan bahwa publik menganggap akun Instagram BKN sebagai sumber informasi yang terpercaya.

3. Tingkat Interaksi dan Respon Terhadap Publik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat interaksi dan respons BKN terhadap umpan balik dari publik dinilai memuaskan. Meskipun frekuensi interaksi bisa bervariasi, respons yang diberikan oleh BKN sudah cukup informatif, sehingga membantu publik memahami kebijakan yang disampaikan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keterbukaan informasi publik yang diterapkan melalui akun Instagram @bkngoidofficial menunjukkan adanya upaya yang signifikan dalam meningkatkan kualitas dan transparansi informasi publik kepada masyarakat. Konten yang diposting meliputi berbagai informasi terkait kebijakan, kegiatan, dan pelayanan BKN yang disajikan secara kreatif dan informatif.

Model komunikasi publik yang diterapkan BKN pada akun Instagram-nya mengadopsi model komunikasi dua arah asimetris. Hal ini terlihat dari interaksi yang terjadi antara akun BKN dengan pengguna Instagram melalui komentar dan pesan langsung. Meskipun komunikasi ini lebih dipengaruhi oleh pihak BKN, namun umpan balik dari masyarakat tetap diperhatikan dan dijadikan bahan evaluasi untuk perbaikan pelayanan publik.

Peningkatan keterbukaan informasi publik melalui media sosial ini juga berdampak positif pada persepsi dan kepercayaan masyarakat terhadap BKN. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas dan kejelasan informasi yang diberikan, kemudahan akses informasi, serta tingkat interaksi dan respon yang tinggi merupakan indikator utama dari peningkatan keterbukaan informasi publik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi publik oleh sebuah badan publik dapat meningkatkan transparansi dan partisipasi publik itu sendiri.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk BKN

1. Memperluas kolaborasi dengan instansi pemerintah lainnya untuk memperkaya konten dan informasi yang disajikan.
2. Melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi publik melalui Instagram dengan menganalisis umpan balik dari masyarakat dan mengukur tingkat interaksi serta kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan.

5.2.2 Saran untuk Penulis Berikutnya

1. Melakukan penelitian lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas, melibatkan platform media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter.
2. Menggunakan metode penelitian campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk hasil yang lebih mendalam dan valid.
3. Melakukan survei atau wawancara dengan para pengikut akun media sosial BKN secara lebih mendalam untuk mendapatkan perspektif langsung dari masyarakat mengenai efektivitas dan kualitas informasi yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, T. S. N. (2020). Revolusi Nirkabel Dan Akses Universal Media Penyiaran Dalam Lingkup Konvergensi. *Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 1(2), 70–81. <https://doi.org/10.31539/joppa.v1i2.1271>
- Arko-Mensah, A. (2024). International Journal of Education Humanities and Social Science. *International Journal of Education Humanities and Social Science*, 7(02), 10–23. https://ijehss.com/uploads2024/EHS_7_641.pdf
- Auralia, S. D., & Fitriyah, P. (2024). *Two Way Communication Kominfotik pada Program Kerja Pemerintah sebagai Keterbukaan Informasi Publik*. 14(1), 89–103. <https://jurnal.akmrtv.ac.id/jk/article/download/345/197>
- Aurelia Bilqis, A., Aliputri, N., Aisyah Andini, R., & Andini Dwi Lestari, S. (2023). Analisis Platform SP4N LAPOR! Dalam Perannya Mendorong Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 1, 101–110. <https://doi.org/10.572349/kultura.v1i2.286>
- Balakrishnan, K., Angusamy, A., & Danial, M. (2024). *Two-way asymmetrical communication mediating internal communication and employee engagement*. 9(2), 1–15. <https://doi.org/10.54517/esp.v9i2.2074>
- BPK, D. P. (2008). *Undang-undang (UU) Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik*. BPK RI. [https://peraturan.bpk.go.id/Download/28425/UU Nomor 14 Tahun 2008.pdf](https://peraturan.bpk.go.id/Download/28425/UU%20Nomor%2014%20Tahun%202008.pdf)
- BPK, D. P. (2022). *Peraturan Badan Kepegawaian Negara Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2022 Tentang Satu Data Bidang Aparatur Sipil Negara*. [https://peraturan.bpk.go.id/Download/293612/Peraturan BKN Nomor 13 Tahun 2022.pdf](https://peraturan.bpk.go.id/Download/293612/Peraturan%20BKN%20Nomor%2013%20Tahun%202022.pdf)
- Celebi, E. (2020). Public relations in public institutions: A research on the effectiveness of communication process. *Journal of Human Sciences*, 17(3), 768–779. <https://doi.org/10.14687/jhs.v17i2.5970>
- Dianti, Y. (2019). Efektivitas media cetak internal tabloid. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(2), 5–24. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13755/13497>

- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
<https://books.google.co.id/books?id=rN4fEAAAQBAJ>
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*, 32. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7>
- Hermalia, R. (2018). Dinamika Konflik Desa Tegal Maja(Studi Kasus: Relokasi Pemukiman Desa Tegal Maja Kecamatan Kragilan Kabupaten Serang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/16512/12259>
- Hidayati, Y. H. (2023). Unsur Komunikasi Pada Proses Pembelajaran Di Taman Kanak-Kanak (Tk) Tunas Jaya Desa Jelutung Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(2), 108–116. <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3684>
- Iryani, J., & Syam, N. (2023). Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial. *Pusaka*, 11(2), 359–372. <https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>
- Jamilah, M., & Widiyanto, R. (2021). Pengaruh Media Pembelajaran Zoom Terhadap Hasil Belajar PPkn Siswa Kelas IV MI Al-Wathoniyah 43 Jakarta Utara. *Elementar: Jurnal Pendidikan Dasar*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.15408/elementar.v1i1.20886>
- Kamil, H. H., & Tanno, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi, Latar Belakang Pendidikan dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol. *Owner*, 6(2), 1622–1637. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.568>
- Kartikawangi, D. (2020). Focus group based evaluation of social media usage in Indonesia's digital government. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(1), 41–58. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2020.8.1.41>
- Mardiyanto, D. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo. *Surakarta Management Journal*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>
- Meiranti, M. (2022). Modifikasi penerapan konsep - konsep dasar komunikasi publik dalam kegiatan dakwah kontemporer. *INTERCODE – Jurnal Ilmu Komunikasi*, 02(01), 1–7. <http://www.journal.uml.ac.id/IRE/article/download/807/493>

- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71–82. <https://ojs.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1830/1495>
- Mukarom, Z. (2021). Teori-Teori Komunikasi. In *Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah* (Issue Juni). <http://md.uinsgd.ac.id>
- Mukoyimah, M., & Bariyah, C. (2023). Analisis Komunikasi Publik Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(1), 41–58. <https://doi.org/10.35878/muashir.v1i1.746>
- Muspawi, M., Fitriyanti Gustian, I., Rini, E. P., & Nega, S. (2023). Format Interaksi Komunikasi Organisasi Dalam Lingkungan Perkuliahan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(3), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5485>
- Nurahma, G. A., & Hendriani, W. (2021). Tinjauan sistematis studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Mediapsi*, 7(2), 119–129. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.02.4>
- Oktana, E. (2023). Strategi Bisnis Era New Normal Pasca Pandemi Covid-19 Di Pt Bpr Asia Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 309–321. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2832>
- Perea, D., Bonsón, E., & Bednárová, M. (2021). Citizen reactions to municipalities' Instagram communication. *Government Information Quarterly*, 38(3). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101579>
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis-jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29–37. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss/article/download/158/132>
- Purnama, T. T. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bandung*. 1. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/60929>
- Puspitasari, K., & Irwansyah, I. (2022). Fleksibilitas interpretatif teknologi web 2.0 bagi pengelola media sosial instansi pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 220. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.28623>
- Rahayu, D. A. (2024). Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik Dalam Komunikasi Publik Media Sosial Pada Kaum Milenial Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 7(1), 52–57. <https://doi.org/10.47532/jic.v7i1.982>

- Rasyid, A. A. (2020). Pemanfaatan Instagram Oleh Generasi Milenial Sebagai Media. *Jurnal Ekonomi, Sosial & ...*, 01(July), 1–8. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/download/185/127>
- Setyawati, D. N., & Fitriati, R. (2023). DIGITAL GOVERNANCE DALAM KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK. *Jurnal Kebijakan Publik*, 14(1), 48. <https://doi.org/10.31258/jkp.v14i1.8217>
- Stahl, N. A., & King, J. R. (2020). *Expanding Approaches for Research: Understanding and Using Trustworthiness in Qualitative Research*. JOURNAL of DEVELOPMENTAL EDUCATION. <https://www.jstor.org/stable/45381095>
- Suryana. (2019). Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 2, 1–243. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Susilawaty, F. T., Wardanhi, S. S., Sudirman, F. A., & Halika, L. O. H. (2022). Persuasi Fitur Instagram : Stay on Screen. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(1), 107. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i1.22539>
- Yusuf, A., Aisyiyah, P., & Dewi, R. (2023). Studi Kasus Keterbukaan Informasi Publik Dinas Komunikasi Dan Informasi Kab. Mojokerto Dalam Tinjauan Komunikasi Publik Di Masa Pandemi Covid-19. 6(3), 151–158. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/52856/42518>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

NIM : 44200296
Nama Lengkap : Ridho Zinta Maulani
Tempat/ Tanggal Lahir : Bekasi, 20 Maret 2001
Alamat lengkap : Jl. Beringin Putih Blok Aa 33 No.1 17121

II. Pendidikan

a. Formal

1. SDN Teluk Pucung IV, lulus tahun 2013
2. SMP Negeri 21 Kota Bekasi, lulus tahun 2016
3. SMA Negeri 18 Kota Bekasi, lulus tahun 2019

b. Non Formal

1. *Network Professional* - Pelatihan kerja di Cevest BBPLK Bekasi Tahun 2019

III. Riwayat Pengalaman Organisasi / Kerja

1. Mentor - *Blogging & Linux* di Komunitas *Evolution Cyber Team*. 2017 - 2019
2. Anggota OSIS SMAN 18 Bekasi - Seksi Pembinaan Teknologi Informasi dan Komunikasi. (2018 – 2019)
3. Senior Scanlation (*Tranlator, Editor, Typesetter, Proofreader*) Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia di Komiku.id (2019 – 2024)
4. Magang Anggota Kehumasan di Badan Kepegawaian Negara (September 2023 – Desember 2023)

Jakarta, 29 Juni 2024



Ridho Zinta Maulani

SURAT KETERANGAN RISET



BADAN KEPEGAWAIAN NEGARA

Jalan Mayor Jenderal Sutoyo Nomor 12 Cililitan, Kramat Jati, Jakarta Timur 13640
Telepon (021) 8093008; Faksimile (021) 8090421
Laman www.bkn.go.id | Pos-el: humas@bkn.go.id

Nomor : 8483/B-HM.05.04/SD/A.II/2024 Jakarta, 01 Juli 2024
Lampiran : -
Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vito Dita Tama, S.H
Jabatan : Kepala Bagian TU, PIM, dan Protokol, Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama

Dengan ini menerangkan bahwa, yang tersebut di bawah ini :

Nama : Ridho Zinta Maulani
NIM : 44200296
Program Studi : Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika

Adalah benar telah melakukan Riset pada Instansi Badan Kepegawaian Negara terhitung sejak 01 Mei 2024 sampai dengan 01 Juni 2024, dan yang bersangkutan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 01 Juli 2024


Vito Dita Tama, S.H
NIP. 198709132009121001

Tembusan :
Biro Sumber Daya Manusia

SURAT PERNYATAAN KEBENARAN/KEABSAHAN DATA

HASIL RISET UNTUK KARYA ILMIAH

SURAT PERNYATAAN KEBENARAN/KEABSAHAN DATA HASIL RISET UNTUK KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ridho Zinta Maulani
NIM : 44200296
Jenjang : Sarjana
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa data dan atau informasi yang saya gunakan dalam penulisan karya ilmiah dengan judul "**Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Kepegawaian Negara**" merupakan data dan atau informasi yang saya peroleh berdasarkan hasil PKL/Riset Secara Tatap Muka (*Offline*) dan Daring (*Online*) pada :

Nama Instansi : Badan Kepegawaian Negara
Alamat Instansi : Jl. Mayjen Sutoyo No. 12, Jakarta Timur
Melalui Alamat Website : www.bkn.go.id

Saya bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Universitas Bina Sarana Informatika**, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data dan atau informasi yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 02 Juli 2024

Mengetahui,

Yang menyatakan,

Dosen Pembimbing 1

Asisten Dosen Pembimbing



Maya May Syarah, S.Sos., M.Si

Susilowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom

Ridho Zinta Maulani

LAMPIRAN-LAMPIRAN



- UU ITE No 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
"Informasi elektronik dan/atau Dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah."
- Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSN.

A.1 Sertifikat Magang di BKN



B.1 Transkrip Wawancara *Informant 1*:

1. Identitas Informan

Nama : Firman Safrizal, A.Md
Umur : 27 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Jabatan : Pengolah Bahan Informasi dan Publikasi

2. Lokasi dan Waktu Wawancara

Tanggal wawancara : 19 Juni 2024
Tempat : Menggunakan aplikasi *zoom meeting*
Waktu : 17.00 – 17.30

3. Pertanyaan kepada Informan

A. Demi memenuhi kewajiban keterbukaan informasi publik, bagaimana cara tim humas BKN dalam menentukan konten apa yang akan atau harus ditayangkan di akun Instagramnya?

Jawaban: Karna tugasnya tentang administrasi kepegawaian, jadi setiap kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepegawaian juga harus di *publish*, contohnya kayak pembukaan CASN, atau juga konten hari-hari besar nasional

B. Apakah BKN juga berkolaborasi dengan instansi lain atau pihak ketiga dalam mengelola dan menyampaikan informasi publik melalui konten-konten di akun Instagramnya

Jawaban: Untuk kolaborasi palingan di tingkat kegiatannya aja sih mah, misal kemarin ada dengan KemenPAN, trus ada juga LAN, sama beberapa kedinasan yang lain, tapi untuk pengolahan kontennya tetap BKN sendiri yang buat, karna kan memang untuk di post di instagram BKN.

C. Dari berbagai konten informasi publik yang sudah diunggah di Instagram, apakah masih ada tahapan evaluasi konten, terutama dari melihat respon publik yang masuk?

Jawaban: Kalau untuk evaluasi, evaluasi dilakukan dengan beberapa metode, mas. Dari setiap konten kami periksa comment, dan *views* nya. Selain itu juga, *feedback* dari *Followers* juga kami pertimbangkan, apa ada komentar atau DM yang memberikan kritik atau saran, kemudian nanti kami bahas lagi ke yang lain

D. Sebelumnya telah dibahas bahwa instagram @bkngoidofficial menerima *feedback* dari publik untuk dijadikan sebagai evaluasi, namun seberapa penting atau seberapa besar pengaruh *feedback* tersebut terhadap kebijakan atau konten yang dipublikasikan?

Jawaban: Iya, kami aktif menerima umpan balik dari publik, entah itu kritik atau saran, semuanya kami jadikan bahan evaluasi untuk lebih menyempurnakan penyampaian informasi kami, untuk arah konten kedepannya sendiri kami tetap mengikuti setiap kebijakan yang nantinya ada

B.2 Transkrip Wawancara *Informant 2*:

1. Identitas Informan

Nama : Vicky Ayu Efrilia, S.Kom
Umur : 30 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Analis Data dan Informasi

2. Lokasi dan Waktu Wawancara

Tanggal wawancara : 20 Juni 2024
Tempat : Menggunakan aplikasi *zoom meeting*
Waktu : 18.00 – 18.30

3. Pertanyaan kepada Informan

A. Demi memenuhi kewajiban keterbukaan informasi publik, bagaimana cara tim humas BKN dalam menentukan konten apa yang akan atau harus ditayangkan di akun Instagramnya?

Jawaban: Kalau untuk ruang lingkup konten informasi publik dari BKN ini sebenarnya luas banget ya, karna kaitannya dengan kepegawaian, mulai dari pengadaan, mutasi, pemberhentian, pensiun, status, kedudukan hukum kepegawaian, sama masih banyak lagi, intinya sesuai tugas dan fungsinya BKN.

B. Apakah BKN juga berkolaborasi dengan instansi lain atau pihak ketiga dalam mengelola dan menyampaikan informasi publik melalui konten-konten di akun Instagramnya

Jawaban: engga, untuk pembuatan konten hampir semuanya dari humas BKN sendiri, itu juga udah ada bagian tersendiri yang mengelola kontennya. Sebenarnya

sempet ada, tapi hanya beberapa aja, misal klo lagi kolaborasi bareng saluran televisi atau semacamnya.

C. Dari berbagai konten informasi publik yang sudah diunggah di Instagram, apakah masih ada tahapan evaluasi konten, terutama dari melihat respon publik yang masuk?

Jawaban: Iyaa, sebenarnya udah ada prosedurnya sendiri juga, dari komentar dan pesan yang masuk, dari cara respon kita, dari kualitas kontennya, biasanya nanti di akhir-akhir bakalan ada evaluasi untuk bahas itu semua.

D. Sebelumnya telah dibahas bahwa instagram @bkngoidofficial menerima *feedback* dari publik untuk dijadikan sebagai evaluasi, namun seberapa penting atau seberapa besar pengaruh *feedback* tersebut terhadap kebijakan atau konten yang dipublikasikan?

Jawaban: Pasti, karna kan memang komunikasi dua arah ya, jadi respon publik tetap jadi hal yang penting, tapi disini kan posisinya hanya menyampaikan program atau kebijakan yang dijalankan, respon publik tetap kami jadikan bahan evaluasi, tetapi kebijakan yang berlangsung ngga akan berubah.

B.3 Transkrip Wawancara *Informant 3*:

1. Identitas Informan

Nama : Metta Rhozely, S.I.Kom
Umur : 33 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Analis Humas

2. Lokasi dan Waktu Wawancara

Tanggal wawancara : 19 Juni 2024
Tempat : Menggunakan aplikasi *Whatsapp*
Waktu : 13.00 – 13.30

3. Pertanyaan kepada Informan

A. Demi memenuhi kewajiban keterbukaan informasi publik, bagaimana cara tim humas BKN dalam menentukan konten apa yang akan atau harus ditayangkan di akun Instagramnya?

Jawaban: Komunikasi yang ada di instagram BKN itu kan selalu interaktif ya, kontennya juga banyak macemnya, jadi engga cuma kegiatan dari BKN aja. Apalagi kami hampir setiap hari selalu ada konten yang di post. Jadi selain kegiatan-kegiatan besar, kami juga harus mengikuti Tusi yang ada sih do

B. Apakah BKN juga berkolaborasi dengan instansi lain atau pihak ketiga dalam mengelola dan menyampaikan informasi publik melalui konten-konten di akun Instagramnya

Jawaban: Setau aku klo pembuatan konten di instansi itu emang murni tanpa kolaborasi, adanya palingan di tahap pelaksanaan kegiatan aja do. Karna kami

sendiri udah ada studio khusus untuk pembuatan konten, kecuali emang proyek besar yang butuh bantuan agensi kreatif untuk perekaman dan talentnya.

C. Dari berbagai konten informasi publik yang sudah diunggah di Instagram, apakah masih ada tahapan evaluasi konten, terutama dari melihat respon publik yang masuk?

Jawaban: Iya ada, kami biasanya ngepost langsung di berbagai sosmed untuk konten yang sama, seperti facebook, twitter, sama website, terus semuanya di rekap, mulai dari komentar sampai pesan masuk, jadi nanti untuk dievaluasi sama koordinator atau pimpinan.

D. Sebelumnya telah dibahas bahwa instagram @bkngoidofficial menerima *feedback* dari publik untuk dijadikan sebagai evaluasi, namun seberapa penting atau seberapa besar pengaruh *feedback* tersebut terhadap kebijakan atau konten yang dipublikasikan?

Jawaban: Menurutku *Feedback* dari publik itu penting do, kami jadi tau apakah informasi publik yang kami buat di ig itu udah cukup bagus atau belum, trus untuk penentuan konten itu udah beda lagi, biasanya kalau ada kegiatan atau kebijakan baru, langsung kami buat kontennya agar publik *aware* sama hal tersebut.

B.4 Transkrip Wawancara *Informant 4*:

1. Identitas Informan

Nama : Syahrial Affandi

Jenis Kelamin : Laki-laki

2. Lokasi dan Waktu Wawancara

Tanggal wawancara : 26 Juni 2024

Tempat : *Direct Message Instagram*

Waktu : 09.30 – 09.50

Transkrip:

- a. Hallo, Selamat pagi pak, mohon maaf sebelumnya perkenalkan nama saya adalah Ridho Zinta mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika, kalau diizinkan, apakah boleh saya mengajukan beberapa pertanyaan untuk kebutuhan skripsi saya yang berjudul “Peran Komunikasi Publik Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Kepegawaian Negara”?

Jawaban: Oh iya selamat pagi juga mas, salam kenal mas saya syahrial affandi, boleh aja mas

- b. Terima kasih banyak sebelumnya pak syahrial

Saya langsung masuk ke bagian pertanyaan aja ya pak

Jawaban: Silahkan mas

- c. Dari yang saya lihat beberapa waktu ini, bapak cukup aktif berkomentar di akun instagram BKN, bagaimana menurut bapak tentang informasi yang disampaikan oleh instansi BKN? Apakah informasinya mudah dipahami?

Jawaban: Dari yang saya lihat sih, menurut saya informasi yang disampaikan udah cukup jelas, dan mudah dipahami. Mereka sering gunain tagline yang simple dan grafik jelas gitu di kontennya. Informasinya juga bermanfaat semua, apalagi bagi kami yang pengen tau soal kebijakan kepegawaian dan berita-berita soal ASN gitu

- d. Apakah menurut bapak pemanfaatan instagram ini memang mempermudah dalam mengakses informasi publik?

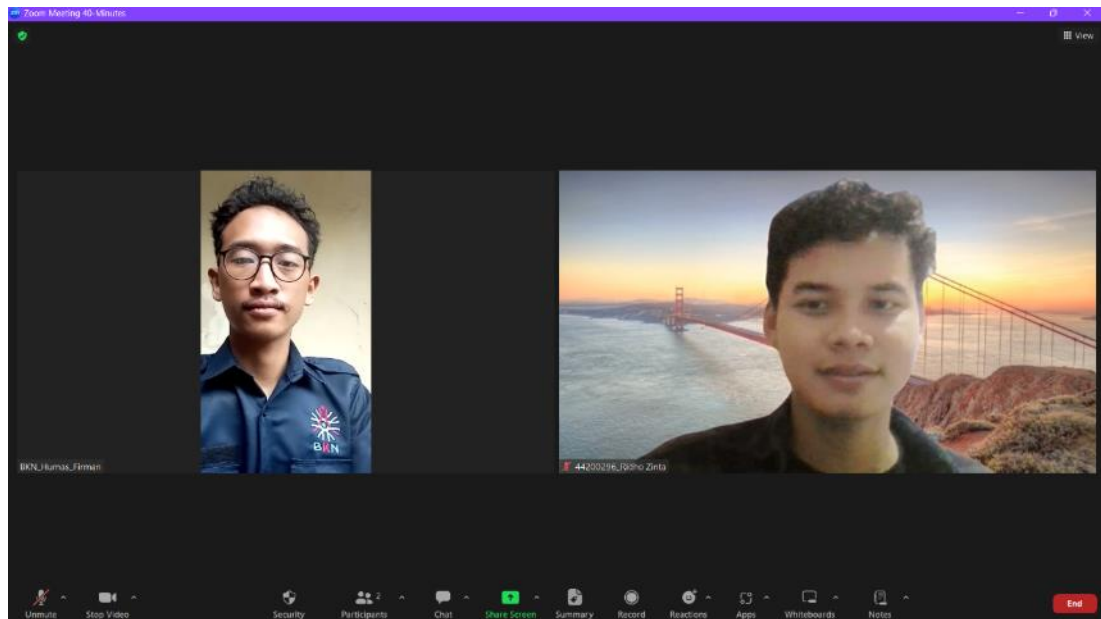
Jawaban: Sangat mempermudah, saya jadi update soal CASN, kedinasan dan semacamnya gitu. Jauh lebih praktis kalau dibandingin dengan harus cari informasi di website resminya gitu kan

Kalau untuk informasinya sendiri, karna mereka itu kan sumber resmi, jadi saya anggap aja informasinya itu bener.

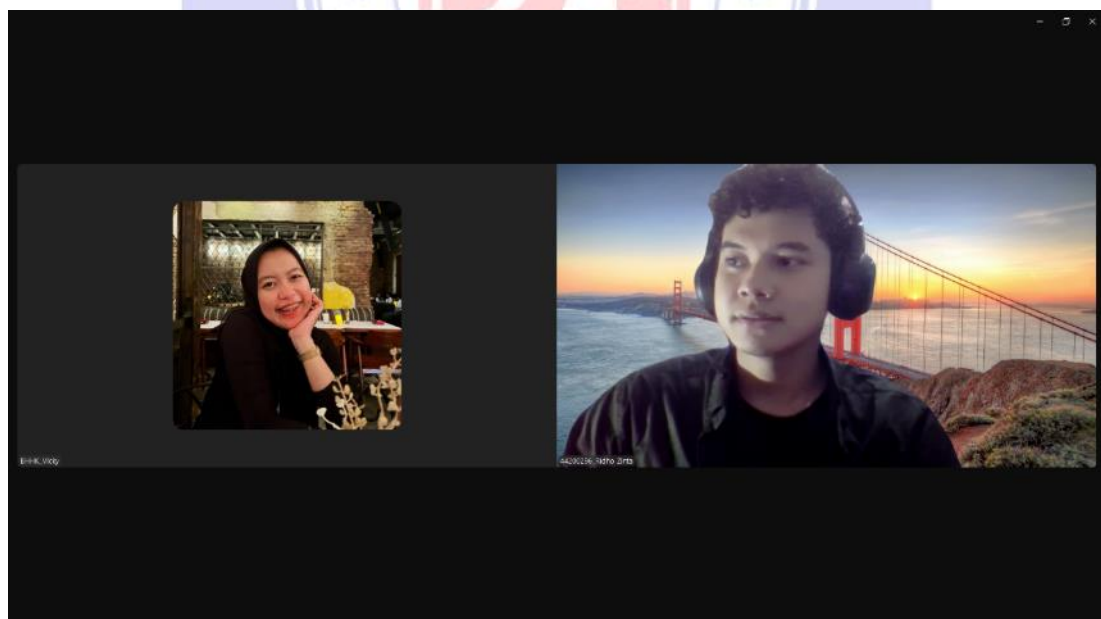
- e. Seberapa sering bapak berinteraksi dengan konten yang ada di instagram BKN? Dan bagaimana penilaian bapak terhadap respon yang diberikan?

Jawaban: Jarang mas, Cuma pengalaman saya cukup bagus, waktu itu komen tentang perubahan kebijakan PPPK guru pra jabatan, tim bkn balesnya sopan dan informatif, mereka bisa jelasin dengan baik dan buat saya jadi ngerti gitu

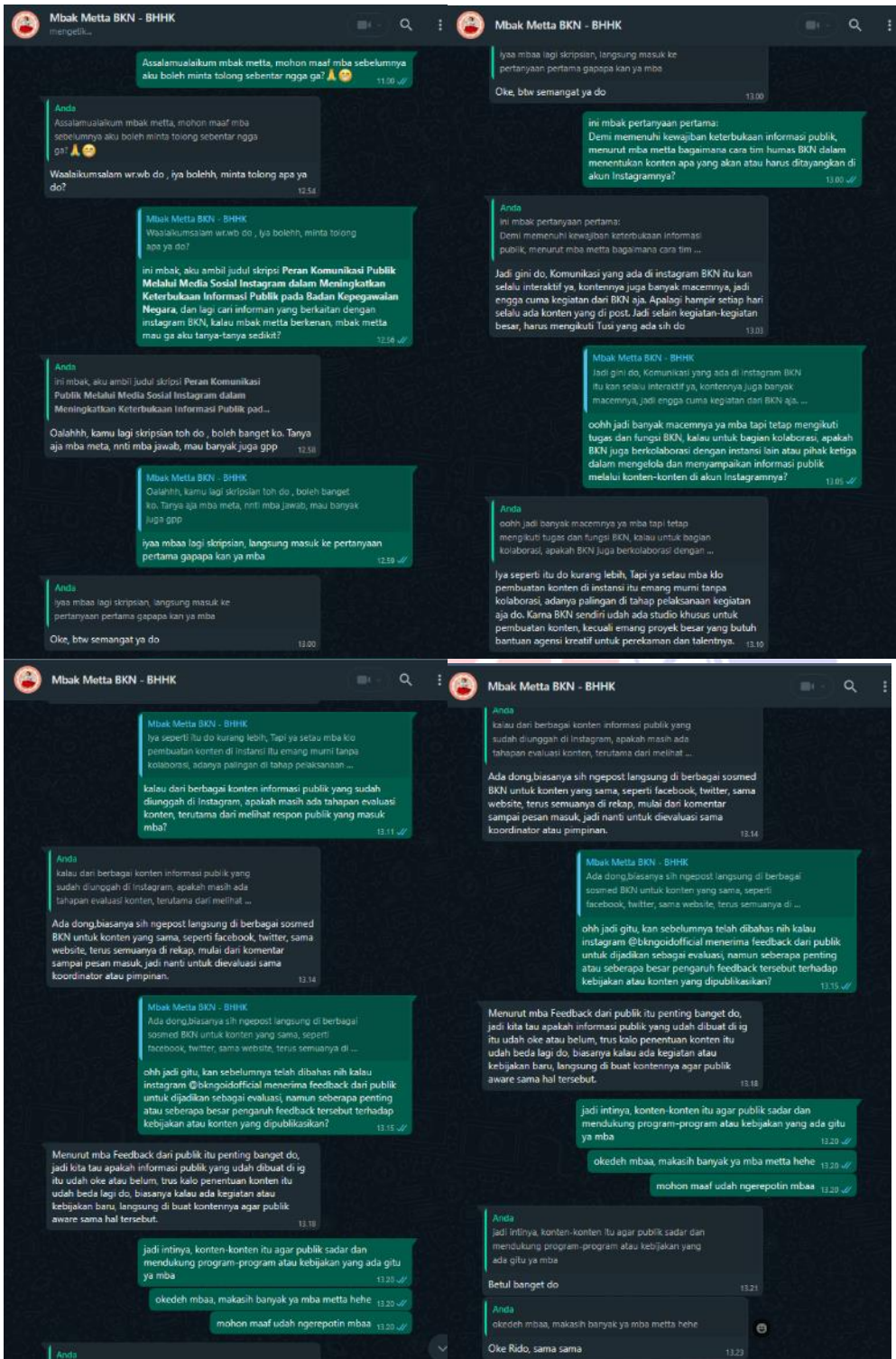
C.1 Zoom Meeting dengan *Informant 1*



C.2 Zoom Meeting dengan *Informant 2*



C.3 Chat Whatsapp dengan *Informant 3*



C.4 Direct Message dengan *Informant 4*

