

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan mengenai hasil observasi, hasil wawancara, hasil penelitian, dan pembahasan dari judul penelitian “Pemanfaatan Akun Twitter @halo\_bandung Oleh Bagian Protokol Dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung”. Fokus penelitian ini yakni mengenai pemanfaatan akun media sosial twitter terkait cara kerja dan efektivitasnya dalam memberikan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat kota Bandung. Penelitian ini dilakukan di kota Bandung dengan mencari informan yang sesuai kriteria penelitian yang dibutuhkan.

Peneliti menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan deskriptif, untuk memperoleh sebuah pemahaman dan gambaran atas kondisi sosial yang terjadi, khususnya dalam konteks ini pemanfaatan media sosial twitter. Penelitian kualitatif sendiri merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan didasari oleh orang atau perilaku yang diamati, pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara utuh.

Dalam penelitian ini juga, peneliti melakukan beberapa tahapan baik sejak sebelum wawancara sampai dengan sesudah wawancara untuk memastikan data reliabel sesuai dengan kenyataan di lapangan dan juga dapat memudahkan peneliti untuk mengolah dan menalisisnya. Tahapan-tahapan yang peneliti lakukan selama penelitian ini berlangsung yaitu:

## **1. Menyusun draft pertanyaan wawancara**

Pada tahap ini peneliti membuat pedoman wawancara agar wawancara yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Pedoman ini disusun tidak hanya berdasarkan tujuan penelitian, tetapi juga berdasarkan teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pedoman wawancara ini berisi pertanyaan-pertanyaan secara garis besar yang selanjutnya akan berkembang saat melakukan wawancara. Peneliti akan menggambarkan maksud dan tujuan penelitian ini kepada informan, hingga menyerahkan draft pertanyaan bila perlu.

Tahap ini dilakukan untuk mempermudah informan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Karena sebelum masuk kedalam tahap wawancara, informan akan membaca terlebih dahulu draft pedoman wawancara yang diberikan oleh peneliti, tujuannya supaya informan memahami isi pertanyaan penelitian.

## **2. Melakukan wawancara**

Pada tahapan selanjutnya, ialah tahap wawancara. Sebelum wawancara dilaksanakan peneliti bertanya kepada informan tentang kesiapannya untuk diwawancarai. Setelah informan bersedia untuk diwawancarai, peneliti membuat kesepakatan dengan informan mengenai waktu dan tempat untuk melakukan wawancara.

Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan staf Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung bagian Admin Media Sosial Twitter. Peneliti memilih staff posisi tersebut untuk dijadikan

informan kunci karena mengetahui alasan dasar, pengaruh hingga tujuan terkait media sosial twitter @halo\_bandung.

Sedangkan untuk informasi pendukung, peneliti memilih beberapa masyarakat kota Bandung yang mengikuti twitter @halo\_bandung.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah peneliti buat sebelumnya. Nantinya pertanyaan dalam pedoman wawancara tersebut bisa berkembang dengan sendirinya saat informan yang kita wawancarai sudah memberikan pendapatnya, dan peneliti merasa jika ada yang kurang dapat ditangkap dari pendapat informan tersebut bisa secepatnya ditanyakan ulang kepada informan.

### **3. Melakukan observasi**

Disamping wawancara, penelitian ini juga melakukan metode observasi. Menurut Nazir (2009:175) observasi atau pengamatan cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung dilapangan tepatnya di kantor PROKOPIM di Jl. Wastukencana No.2, kota Bandung.

### **4. Memindahkan data penelitian**

Setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi, maka peneliti memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar atau informasi dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan penelitian berdasarkan susunan pertanyaan yang sistematis.

Peneliti mendapatkan data langsung dari informan melalui wawancara mendalam, dimana data tersebut direkam dengan aplikasi recorder melalui handphone, serta dibantu alat tulis. Kemudian dibuatkan transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tertulis secara verbal. Data yang telah didapat lalu peneliti kaji agar lebih memahami setiap bagian dari informasi yang didapat dan di relevansikan dengan tujuan peneliti.

#### **5. Mendeskripsikan hasil wawancara**

Deskripsi hasil penelitian ini akan menguraikan tentang berbagai temuan yang diperoleh dari lapangan, yaitu dari olahan data dan informasi yang terkait dengan wawancara dan observasi penelitian. Untuk tahap selanjutnya peneliti melakukan deskripsi analisis data dan interpretasi data sesuai dengan langkah-langkah yang dijabarkan pada bagian metode.

Selanjutnya peneliti mendeskripsikan hasil wawancara sebagai pembahasan. Ini dilakukan untuk memperjelas tentang bagaimana hasil dari wawancara peneliti terhadap informan yang telah memberikan jawaban-jawaban yang bersifat nyata, baik itu dalam bentuk wawancara secara formal maupun informal.

#### **6. Menganalisis Data Hasil Wawancara**

Berdasarkan data yang telah didapat, baik itu dari hasil wawancara dan observasi. Peneliti akan menganalisis data tersebut berdasarkan kategori pola data tergambar dengan jelas sesuai yang ingin peneliti tuju. Peneliti menganalisa data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam

penelitian ini. Pada bagian ini kategori yang telah didapat melalui analisis ditinjau dan dikaji kembali berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan pada Bab II, sehingga dapat dicocokkan apakah ada kesamaan antara landasan teoritis dengan hasil yang dicapai.

Dalam penelitian ini, analisis dilakukan terhadap permasalahan yang menjadi tema utama penelitian ini. Peneliti menganalisis hasil wawancara berdasarkan pemahaman terhadap hal-hal diungkapkan informan. Data yang telah dikelompokkan tersebut peneliti pahami secara utuh dan ditemukan tema-tema penting serta kata kuncinya, sehingga peneliti dapat menangkap pengalaman, permasalahan dan dinamika yang terjadi pada penelitian ini.

**Tabel 4. 1**  
**Jadwal wawancara informan kunci**

<b>No</b>	<b>Hari/Tanggal</b>	<b>Tempat</b>	<b>Nama</b>	<b>Keterangan</b>
1	Senin, 10 Juli, 2023	Kantor Prokopim	Reza Mochamad Zein	Admin Media Sosial Twitter
2	Senin, 10 Juli, 2023	Kantor Prokopim	Tantri Annisa Hanjani	Kordinator Media Sosial

*Sumber : Peneliti 2022*

Untuk memperjelas dan memperkuat data. Teknik pengambilan informan yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling* karena disini peneliti sudah mengetahui harus mewawancarai para staf yang memiliki job desk memegang kendali media sosial twitter @halo\_bandung. Untuk memperkuat data, peneliti sendiri disini menggunakan informan pendukung yang diantaranya adalah masyarakat umum yang mengikuti twitter @halo\_bandung. Jadwal wawancaranya ialah sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Jadwal Wawancara Informan Pendukung**

No	Hari/Tanggal	Tempat	Nama	Keterangan
1	Kamis, 20 Juli 2023	Di Kafe Sindangsari Jl. Ir.H. Juanda	Putri Zahwa Azzahra	Mahasiswa
2	Minggu, 16 Juli 2023	Jl. Setiabudi	Muhammad Musonif	Masyarakat
3	Sabtu, 15 Juli 2023	Jl. Karang Tineung Indah Dalam, Sukajadi	Nabila Nurizki	Mahasiswa

*Sumber : Peneliti 2022*

Pada tahapan ini merupakan tahap untuk mengolah serta menginterpretasikan data yang telah diperoleh dan dikumpulkan sebelumnya, bagian ini peneliti menjabarkan data dari para informan dan menggabungkan substansi dan konsep-konsep dari sumber kepustakaan. Dari proses interpretasi data dan analisis inilah akan diperoleh hasil dan pembahasan yang peneliti temukan.

Analisis ini terfokus kepada analisis pemanfaatan media sosial twitter untuk pemenuhan informasi masyarakat kota Bandung melalui pengelolaan @hal\_bandung oleh PROKOPIM. Tahapan analisis yang digunakan adalah Teknik pengumpulan data, dimana terdapat dua Teknik pengumpulan data yaitu studi lapangan dan studi pustaka.

Untuk itu agar wawancara ini lebih sistematis dan terarah, maka peneliti membagi kedalam tiga pembahasan, yaitu:

1. Hasil penelitian
2. Deskripsi identitas penelitian
  - a. Identitas informan kunci
  - b. Identitas informan pendukung

### 3. Pembahasan

Setelah itu, peneliti melakukan analisis dengan menggunakan tahapan- tahapan dalam melakukan observasi, dimana tahapan observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Mendatangi kantor PROKOPIM untuk menyampaikan maksud dan tujuan peneliti, yakni meminta izin untuk dijadikan subjek penelitian.
- b. Dikenalkan kepada staf-staf yang mengurus bagian media sosial
- c. Mengamati cara kerja divisi admin dan media sosial
- d. Mengamati media sosial twitter @halo\_bandung.
- e. Melakukan wawancara mendalam dengan para informan

Tahapan-tahapan yang dilakukan dimaksudkan untuk memperoleh data yang objektif dan ilmiah. Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih sistematis dan terarah, maka penelitian ini dalam tiga pembahasan, yaitu:

- a. Gambaran objek penelitian
- b. Profil informan
- c. Analisis hasil penelitian

Objek penelitian adalah objek yang diteliti dan di analisis. Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penelitian sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu analisis terkait pemanfaatan media sosial twitter @halo\_bandung dalam pemenuhan informasi kepada masyarakat.

## 4.2 Gambaran Objek Penelitian

Objek penelitian ini yakni terkait pemanfaatan media sosial twitter yang dimaksimalkan oleh PROKOPIM sebagai upaya memberikan informasi terkait segala aktivitas pemerintah kota Bandung melalui akun @halo\_bandung. Aspek-aspek yang diamati yakni berupa proses penggarapan informasi atau konten, meliputi perencanaan, pelaksanaan dan analisisnya. Hal tersebut merupakan sumber kajian penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

**Gambar 4. 1**  
**akun @halo\_bandung**



#### **4.2.1 Pemanfaatan Akun Twitter @halo\_bandung**

Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan. (Poerwadarminta : 125) Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan adalah sebuah proses yang dilakukan untuk memperoleh sesuatu lebih baik dan lebih bernilai. Pada penelitian ini keberadaan akun twitter @halo\_bandung merupakan objek penelitian yang akan diteliti, akun ini sendiri dikelola langsung oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Peneliti akan mengkaji terkait proses perencanaan hingga pelaksanaan aktivasi media sosial twitter ini, yang bermaksud menjadi media penyalur informasi untuk masyarakat kota Bandung.

#### **4.2.2 Deskripsi Profile Informan**

Dalam pembahasan peneliti akan mendeskripsikan profil para informan, baik itu informan kunci maupun informan pendukung.

1. Informan Kunci

a. Tantri Annisa Hanjani

**Gambar 4. 2**  
**Tantri Annisa Hanjani**



Umur : 28 Tahun

Asal : Bandung

Pekerjaan : Koodinator Media Sosial dan Publikasi Bag Prokopim

Trisa telah bekerja dari Pemkot Bandung yakni 4 tahun 10 bulan, diantaranya sebagai Socmed Specialist Humas Pemkot Bandung, Koordinator Media Sosial dan Publikasi Bag Prokopim Kota Bandung Serta kerja jadi Socmed Specialist di PT Ayomedia Network

b. Reza Mochamad Zein

**Gambar 4.3**  
**Reza Mochamad Zein**



Umur : 24 Tahun

Asal : Bandung

Pekerjaan :Pegawai Honorer (Admin Twitter)

Lama bekerja selama 1 tahun 8 bulan, memiliki desk dalam tim penyiapan data, admin media sosial twitter, karena pekerjaannya berfokus pada citra, hubungan dengan Masyarakat

## 2. Informan Pendukung

### a. Putri Zahwa Azzahra

**Gambar 4. 4**  
**Putri Zahwa Azzahra**



Umur : 22 Tahun

Asal : Kota Bandung

Pekerjaan : Mahasiswa

### b. Muhamad Musonif

**Gambar 4. 5**  
**Muhammad Musonif**



Umur : 29 Tahun  
Asal : Kota Bandung  
Pekerjaan : Juru Masak (cook)

c. Nabila Nurizki

**Gambar 4. 6**  
**Nabila Nurizki**



Umur : 20 Tahun  
Asal : Kota Bandung  
Pekerjaan : Mahasiswa

#### **4.3 Hasil Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai **Pemanfaatan Akun Twitter @halo\_bandung Oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Pemanfaatan Akun Twitter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung)** dimana peneliti mencari analisa

terkait proses pengeolaan dari akun twitter terkait, yang dikaitkan dengan The Circular Model Of SoMe dari Regina Luttrell, yang meliputi :

#### **4.3.1 Tahap *Share* (menyebarkan) pada Akun Twiter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung**

Aktivasi dan pemanfaatan media sosial jelas memiliki pertimbangan khusus alasan menggunakan aplikasi tersebut, dengan kata lain menyesuaikan dengan fitur-fitur yang bisa dimaksimalkan serta jangkauan audiens yang dituju, dalam hal ini Prokopim melalui Trisa sebagai bagian Kooordinator Media Sosial, menyebutkan bahwakeberadaan twitter yang mengedepankan teks, sesuai dengan kebutuhan Prokopim yang secara konten lebih mengedepankan teks yang informative dan direct langsung ke platform tertentu.

“ twitter salah satu yang dipilih karena twitter walaupun bukan yang paling favorite digunakan tapi fitur fiturnya bisa membantu direct langsung ke website, karena bisa langsung ngelink bisa mempermudah menyampaikan informasi pada Masyarakat, twitter kan berupa tulisan jadi bisa memberikan informasi yang sesuai dengan karakter pemkot khususnya Prokopim karena misalnya karakter pesan yang disampaikan itu kan lebih berupa opini-opini, dan Masyarakat yang kritis-kritis adanya di twitter, jadi penting melihat twitter atau melihat percakapan masyarakat di twitter. Karena media social listeningnya tuh lumayan di twitter dulu sebelum instagram ada keyword hanya twitter yang punya”(Trisa, 10 Juli 2023)

Hubungan baik dengan public merupakan substansi yang ingin dibangun oleh Prokopim bersama masyarakat Bandung, dan salah satu upayanya yaitu dengan memaksimalkan keberadaan media sosial twitter @halo\_bandung lebih aktif. Dibalik keberadaan nama akun @halo\_bandung sendiri, berdasarkan temuan dilapangan, mendasar pada sejarah perjalanan kota Bandung itu sendiri, yang

termuat dalam lagu “Halo-Halo Bandung,” lagu yang mewakili semangat perjuangan wargi Bandung ditengah gempuran masa kolonialisme pada saat itu menjadi alasan diambilnya kata “halo Bandung” sebagai nama akun, agar selalu terbesit dan semangat yang terus menggelora.

“yang pertama sih konsistensi, ada beberapa akun pemerintah yang tidak selalu update sementara akun Prokopim itu dibangun untuk aktif setiap hari, memberikan aspirasi mendengarkan keluhan, sehingga itu membuat Masyarakat bisa terus terhubung, bukan cuman asal ada aja. Jadi harus ada komunikasi dua arah, membangun engagemen dengan mereka juga.dengan membalas pertanyaan agar mereka merasa ada present nya dari @halo\_Bandung”(Trisa, 10 Juli 2023)

Selain tentang keaktifan media sosial, beragam cara atau konten yang diciptakan dan di publish pun memang beragam, hal ini menyesuaikan terkait kalender konten yang telah disepakati oleh divisi publikasi.

“karena Prokopim ini banyak ngeshare tentang giat giat pemkot, jadi kita kadang ada infografis buat interaksi sama followers, ditambah juga sama polling biar ada interaksi lebih dengan followers, begitu sih secara garis besarnya” (Reza, 10 Juli 2023)

Dari setiap konten yang diciptakan pun, Trisa dan Reza berharap public secara langsung dapat tertarik untuk menyebarluaskan informasi tersebut, agar jangkauan pesannya lebih luas. Trisa sendiri menyebutkan dalam wawancaranya bahwa keberadaan Prokopim melalui media sosialnya memang mengharapkan setiap penyebaran kontennya dishare sebanyak banyaknya, dan atas dasar itu juga Prokopim memiliki banyak platform, agar setiap platform ini audiensnya bisa membantu penyebaran informasi kekhalyaknya, dengan memanfaatkan fitur share didalamnya.

“berharapnya dengan giat giat, atau postingan infografis, followers followers di twitter itu ikut nyebarin juga entah itu nyebar lewat retwet, postwet, atau share dilink grup entah itu grup whatsapp, telegram dll, cuman untuk share

kaya gitu tidak semua postingan, tapi beberapa postingan yang menarik simpatik aja”(Reza, 10Juli 2023)

Peneliti mencoba validasi terhadap para informan pendukung terkait ketertarikan mereka pada konten-konten @halo\_bandung secara feedback yangdiberikan, guna sebagai bahan pertimbangan juga apakah public merasa kebutuhan informasinya terpenuhi atau tidak serta tentunya menjawab harapan-harapan para informan kunci diatas terkait respon dari public

“tergasntung konten yang diberikan oleh akun tersebut, kalau menarik untuk saya, pasti saya akan respon, biasanya saya respon dengan like, kalau yang sangat menarik banget saya bisa retwet atau komen” (Putri)

Sedangkan Muh berpendapat bahwa twitter itu penyebaran informasinya cepat, dan sangat up to date dan hal ini pula yang memutuskan ia lebih memilih twitter terkait pencarian isu terhangat, senada dengan Putri bahwa menurutnya twitter itu aplikasi yang paling cepat memberikan informasi.

“kalau merespon sih lebih ke berita terakait yang terlibat didaerah situ lah, atau nggak lebih dilihat lagi lebih kebutuh informasi apa tidak, terkadang sih, saya biasanya hanya ngelike, dan ada beberapa postingan yang menurut saya orang lain harus tahu pasti saya share juga ”(Muh)

Terkait hadir tidaknya suatu informasi atas sesuai kebutuhan kita sebagai masyarakat yang ingin mengtetahui perkembangan terkini suatu daerah, khususnya kota yang kita diami, memang menjadi alasan dasar terkait respon kita pada informasi tersebut.

“bukan tidak direspon, jadi tergantung, karena tidak selalu informasinya itu lewat kalau lewat pasti saya baca, atau mungkin informasi yang lagi saya butuhin tentang kota bandung baru saya cari dan respon seperti komentar, tapi kebanyakan saya hanya membaca dan like”(Nabila)

### **1. *Participate***

Setiap media sosial memiliki karakteristik dan audiens yang beragam. Prokopim sendiri sebagai alat informasi pemerintahan kota Bandung idealnya memiliki segmen audien tertentu, agar isi pesan dapat menyesuaikan dan tepat sasaran.

“sejauh ini kita bisa lihat dari insight manualnya, kira kira yang follow kita tuh umurnya berapa, segmentasinya seperti apa, bisa juga dilihat dari komentar, atau reply yang masuk, jadi di lihat manual aja sih mana konten yang rame, karena bisa jadi konten yang agak serius ternyata ditwitter itu bisa lebih rame atau tanggapan bisa berbeda, berarti ada segmentasi tertentu. kalau ditwitter biasanya audience tuh lebih berisi, dan kita pun sangat hati-hati untuk menuliskan informasi ditwitter, karena mereka lebih teliti, jadi perbedaannya dari segi penulisan beritanya seperti apa, ada juga pemilihan konten atau informasinya tidak strategis biasanya ada komen yang kaya gini mah nggak perlu dikasih tau ke kita hasilnya aja. Sehingga kita memilih2 informasi yang akan ditayangkan ditwitter”(Trisa, 10 Juli 2023)

Lebih eksplisit lagi, Trisa menjelaskan saat wawancara bahwa secara kalangan segmentasi umur Prokopim untuk twitter @halo\_bandung khususnya menargetkan rentan umur 18-40 tahun. Penentuan target audiens tersebut tentunya bukan tanpa alasan, tapi demi setiap informasi yang diharapkan bisa masuk ke setiap kalangan.

“sejauh ini sebenarnya dari kami kalau memberi informasi harus masuk kesemua usia, karena ada beberapa akun pemerintah lain yang pembawaanya lebih anak muda, atau asik, bagi Prokopim itu sendiri belum bisa sejauh itu karena memang ada hal hal yang harus diperhatikan, karena waktu itu pernah nyoba sok asik karena mereka anak muda, itu mereka bilang “nggak usah sok asik, benerin dulu aja banjirnya” ternyata mereka tidak terlalu suka kalau kita mentingin hal hal yang tidak substansi, ada beberapa akun pemerintah mereka nggak papa membahas hal yang tidak substansi tapi asik aja. Tapi untuk follower di twitter @halo\_bandung nggak disukai, mereka lebih sukanya membahas hal yang penting dan strategis”(Trisa, 10 Juli 2023)

Klasifikasian tersebut secara menyuruh juga menjadi tolak ukur untuk pengemasan setiap konten yang akan di produksi, agar bisa masuk ke setiap kalangan. Demi bahasa yang mudah dimengerti, konten yang menarik dan pesan yang sampai kepada para pembaca. Pada sisi lain Reza sebagai admin turut menambahkan terkait segmentasi audiens Prokopim ini sendiri.

“sebenarnya sih kita pengennya target audiencenya itu bukan hanya buat masyarkat kota bandung, tapi bisa lebih meluas seluruh Indonesia, tergetnya memang sebenarnya kota bandung, tapi tidak ada buruknya juga kok kalau target pasarnya meluas, cara menjangkau segmentasi tersebut ya dengan infografis, atau mungkin ada beberapa giat yang bisa jadi pemantik buat lebih meng up lagi postingan itu.

Berdasarkan hasil wawancaradengan informan Reza, lebih mengerucut lagi, secara segmentasi follower memang memiliki prioritas yang berbeda, dimana sesuai tanggung jawab dan koridor koordinasi, bahwasannya keberadaan @halo\_bandung memang dikhususkan untuk pemenuhan informasi masyarakat kota Bandung,terlepas dari itu jika pun secara penyebaran informasi menjangkau luar wilayah, hal tersebut tidak menjadi masalah, karena kondisi tersebut malah menjadi sebuah keuntungan bagi pemerintah atauProkoim, karena pesannya menjangkau masyarakat luas.

Berbicara sosial media, jelas informasi akan mudah tertuju jika audiensnya sudah mem “follow” akun terebih dahulu, jelas untuk mendapatkan itu biasanya para pengelola media sosial memiliki cara tertentu. Bahkan bukan menyoal bagaimana caramnambah follower lebih dariitu yakni terkait efektivitas informasi yang disampaikan. Serta tentunya

bagaimana cara menjaga eksistensi akun dan insight pun diperlukan keaktifan interaksi.

“dari Prokopim sendiri dalam setiap media publikasi pasti ada tujuannya, tujuan utamanya yaitu *to inform, to educate, kalau to engage atau to grow* tidak terlalu diutamakan walaupun memang harus, tapi buat apa juga kalau followersnya banyak tapi mereka tidak engage, sebenarnya tidak terlalu ada strategi khusus selain konsistensi, update setiap hari, kalau ada replay, DM dibalas itu menjadi hal yang wajib dilakukan, biasanya ada keinginan dari pimpinan untuk menambah followers dan menambah komentar biasanya sih dengan cara nyebarin link linknya, meminta teman teman buat support, kalau ada yang magang kita suruh share dan sebagainya, atau bikin konten kuis, polling dan giveaway”(Trisa, 10 Juli 2023)

Berdasarkan temuan dilapangan, peneliti mencoba menelisik terkait kebutuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat kota Bandung, terhadap keberadaan twitter @halo\_bandung apakah sejauh ini sudah sesuai dengan yangdibutukan atau tidak sama sekali.

“pastinya sih, soalnya disitu kan sudah ada informasi informasi tentang seputar pemerintahan kota bandung, trus apa aja yang sedang hangat dibicarakan, jadi cukup menurut saya”(Putri)

“sudah sesuai kalau menurut saya”(Muh)

Reza menambahkan bahwa sepengetahuannya selama magang akun @halo\_bandung secara aktivitasnya dilakukan secara organic, tanpa meggunakan cara instan untuk menaikkan jumlah follower.

“dan kalau dilihat penting mana antara nambah followers sama aktif di percakapan, dua duanya itu penting, karena followers itu bisa menambah kredibel diakun itu, dan kalau percakapan lebih banyak interaksi aja sih antara admin dan followers, jadi sama sama penting tidak bisa dipilih salah satu” (Reza, 10 Juli 2023)

Dalam pengoperasian media sosial sendiri pun tentunya diperlukan orang-orang professional yang mampu mengefektivkan kerja akun itu

sendiri, dalam hal ini @halo\_bandung secara admin dipegang oleh Reza sendiri, dan secara pembuatan konten lainnya dipegang oleh tim kreatif lainnya, yang secara posisi sudah ditentukan oleh pimpinan.

“yang pertama harus meleg medsos, yang kedua mau belajar, dalam artian media social itu kan berubahnya cepat banget, trendnya itu tidak pernah habis jadi harus belajar perubahan dinamika-dinamika yang ada disosial media, kaya ditwitter aja sekarang udah ganti jadi ads, atau tulisanya jadi berubah, harus peka sama komentar yang masuk, tangkas, pkoknya yang harus meleg media social, tidak bisa dengan orang-orang yang tidak menyukai media social”(Trisa, 10 Juli 2023)

Melihat aktivitas dilapangan, Reza sebagai admin dalam menganalisis kinerja akun, tidak memerlukan alat ukur atau media lain sebagai penunjang analisis akun @halo\_bandung, yang biasa dilakukan sejauh ini adalah dengan melakukan hitung manual, melihat dari top tweet, bertambah tidaknya followers, serta hasil dari impresi setiap konten.

“kita tidak punya tools, karena dinegara tidak punya anggrannyaya, masih manual sejauh ini, paling pake aplikasi gratisan, cuman dibidang efektif tidak terlalu juga, endingnya pakai analitik yang manual atau dari aplikasi”(Trisa, 10 Juli 2023)

## 2. *Connect*

Menjalin hubungan baik dengan follower merupakan hal yang paling penting, tentunya untuk mempertahankan kepercayaan dari para follower @halo\_bandung sendiri.

“kita memaksimalkan itu komentar harus selalu dibalas, walaupun itu komen yang kurang mengenai kita harus bisa membalas komen tersebut, lalu kita harus ikutan misalannya kalau ada yang ngomongin tentang bandung konten yang positif, kita bakal reply, biasanya ada dari @prfm mention kita untuk menyuruh menjawab pertanyaan, jadi kita menjawab pertanyaan itu, jadi sebenarnya mereka butuh respon dari @halo\_bandung, trus bisa bikin kayak polling atau QnA”(Trisa, 10 Juli 2023)

“Kalau strategi khususnya ya balik lagi, postingannya bisa buat polling juga, bikin konten atau infografis yang bisa bikin pematik, karena kadang kadang kalau posting giat itu agak agak bosan si followersnya jadi biar ada penyegaran dengan membuat polling atau infografis”(Reza, 10 Juli 2023)

**Gambar 4.7**  
**Postingang Infografis @halo\_bandung**

Jika udara mulai terasa tidak nyaman bagi kita, yuk mulai jaga udara dan lingkungan kita dengan hal hal sederhana 🙌😊



Secara strategi khusus berdasarkan hasil wawancara dengan Trisa dilapangan, secara pengaplikasian tidak ada strategi yang terlalu

dikhususkan, tetapi digaris bawah yaitu harus konsisten, dengan melakukan update setiap hari dan juga merespon netizen akan berdampak bahwa keberadaan @halo\_bandung ada ditengah-tengah masyarakat.

“Biasanya kita bikin trend misalnya lagi membahas sampah, atau isu yang lagi rame, misal tentang asia afrika seperti apa keseruannya. Twitter itu kan fiturnya terbatas, misal memasukan video itu bukan tempatnya, dimana twitter itu diciptakan bagaimana kita bisa menampilkan tulisan sebagus mungkin dan nge direct sebuah link memasukan foto yang tidak banyak juga dan membatasi treet”(Trisa, 10 Juli 2023)

Reza sebagai admin ikut menambahkan bahwa dalam beberapa kesempatan, ia selalu dihadapkan dengan pertanyaan-pertanyaan public, dan kondisi tersebut harus dijawab dengan cepat dan kredibel. Pun jika beberapa pertanyaan terlalu sulit untuk dijawab, Reza selalu berkoordinasi dengan atasan atau koordinatornya.

Menurut Reza, sebagai salah satu strategi yang biasa dilakukan oleh tim Prokopim dalam memaksimalkan insight akun, ada beberapa cara yang mereka lakukan, mulai dari responsibility, dengan merespon secepat mungkin dan sevalid mungkin setiap pertanyaan yang dilontarkan, dan hal itulah yang bisa menjadi salah satu strategi yang wajib dilakukan, lalu selalu berpikir kreatif dalam pengemasan konten.

### **3. *Build Trust***

Keberadaan @halo\_bandung dengan jumlah follower 61,6 Ribu, dan telah aktif sejak tahun 2013 Idealnya sudah tidak dapat diragukan lagi keberadaannya sebagai media pemerintah kota dalam menyebarkan setiap informasi, jumlah pengikut yang terbilang banyak dengan waktu yang

lumayan lama. Terkait hal itu tentunya diperlukan juga cara membangun atau mempertahankan kepercayaan public.

“kepercayaan masyarakat itu sangat susah kita raih jadi ada jarak antara pemerintah dan Masyarakat, untuk meningkatkan kepercayaan itu kita mengeluarkan statemen-statemen yang sifatnya original dari pemkot sendiri, statemen ini bisa memberikan informasi yang actual, konsisten bagi masyarakat, misalnya kita ada isu tertentu kita harus bisa langsung mencoba mengklarifikasi ditwitter, yang lagi ramai ditwitter kita harus klarifikasi atau buat kontennya ya ditwitter, yang rame ditwitter kita tidak akan buat rame di Instagram, atau media social lainnya, karena pernah waktu itu ada konten yang tidak rame diinstagram sedangkan twitter itu viewsnya sampe sejuta, waktu itu tentang “bandung nyaman” itu sampai parah banget hujatannya, sampai ngatain admin tolol, bego dll, jadi untuk menjaga kepercayaannya ya dengan tetap aja berbuat santun dalam merespon dan memberikan fakta dan data, sebagai pemerintah kita menyampaikan tidak boleh hanya kosong, misalnya ada postingan bandung terpilih kota yang layak anak, “netizen minta mana buktinya , jadi kita sebagai akun pemerintah yang memang harus bisa mendapat kepercayaan itu menyampaikan datanya dengan benar. Sehingga mereka juga mau menghujat juga sedangkan faktanya seperti itu” (Trisa, 10 Juli 2023)

Reza pun sebagai admin menambahkan bahwa untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan public yakni dengan terus memberikan postingan di media social yang kredibel, @halo\_bandung juga sering menshare infografis jika secara kontennya, dan tentunya tidak sembarangan dibuat, diolah sebaik mungkin agar masyarakat lebih percaya, Reza juga mengamini bahwa untuk membangun kepercayaan masyarakat itu tergolong susah.

Merujuk pada isi konten yang diciptakan, tentu biasanya setiap media memiliki karakter tersendiri yang mampu mewakili akun tersebut, baik secara gaya konten atau nilai yang ditekankan. Hal ini harus

diperhatikan agar masyarakat mampu mengonsumsi pesan dengan benar dan nyaman.

“ada pasti kita informatif edukatif, kenapa memilih karakteristik itu, karena dulunya Prokopim itu humas, humas itu punya prinsip-prinsip tertentu seperti, humas sebagai jembatan penghubung lah, nilai nilai yang ini yang sebenarnya diadopsi ke Prokopim, nilai yang tujuannya yaitu to inform, dari pimpinan atau pak walikota bilang “kalau ngasih informasi itu harus bermanfaat, dimana informasi itu harus menyentuh hati masyarakatnya agar lebih ikut serta ke dalam konten yang kita sajikan”(Trisa, 10 Juli 2023)

Reza pun sepakat dengan apa yang dilontarkan Trisa, bahwa twitter sendiri idealnya harus informatif, edukatif, dan ringan tidak terlalu berat.

Peneliti mencoba melakukan validasi ke beberapa informan pendukung yang telah peneliti tentukan dan wawancarai, yakni Putrid an Muh Musonif dimana secara informasi atau konten yang disuguhkan itu informatif, menarik, beragam. Muh Musonif menambahkan bahwa secara visual, gambarnya bagus dan bahasanya mudah dimengerti.

Selain terkait karakteristik konten, cara interaksi yang diterapkan seperti penggunaan bahasa dan penyampaian pesan pun @halo\_bandung membawa gaya semi formal atau formal.

“sebenarnya semi formal, ada beberapa yang formal itu biasanya liputan kegiatan pimpinan, kenapa tidak terlalu bisa agak santai karena memang yang ditampilkan juga walikota, tapi tergantung walikotanya, karena kebetulan wali kota dari 2013 sampai 2023 ini yang memang yang kalem, tidak terlalu informal, jadi kalau kita terlalu informal bisa buat kita tidak nyambung dengan karisma yang sudah dibangun, tapi tetap ada semi formalnya, biasanya kita menggunakan kata kata santai, jadi intinya kita tidak terlalu formal banget tapi tidak terlalu informal banget juga”(Trisa, 10 Juli 2023)

Hal senada pun diungkapkan Reza bahwa menurutnya terkesan aneh jika akun pemerintahan dengan gaya tidak formal, terkesan aneh.

“cuman tergantung isi kontennya, ada konten formal, ada juga beberapa konten yang semi formal juga, jadi tetap dilihat isi konten tersebut, cuman untuk secara keseluruhan itu formal”(Reza, 10 Juli 2023)

Jauh sebelum eksekusi konten, agar setiap aktivitasnya tersusun secara sistematis dan sesuai dengan target yang diharapkan, tentunya biasanya diperlukan keberadaan kalender konten di tahap pra produksi, sebagai penentu arah gerak kerja tim media sosial @halo\_bandung.

“kalau konten itu kan ada diataskan saya sebagai admin hanya menshare aja dan mengelola media sosialnya, time linanya tergantung giat nya, tetapi setiap hari selalu ada giat jadi psotingan tiap hari selalu ada, cuman kadang kadang ada sehari ga posting dan tergantung giat pimpinan balik lagi, paling biasanya diisi dengan infografis tapi tidak sering”(Reza, 10 Juli 2023)

Keberadaan akun @halo\_bandung sendiri secara keharusannya yakni menyampaikan kegiatan pemerintah dan program pimpinan, sebelum produksi konten saat kegiatan pun, tentunya tim @halo\_bandung memiliki timeline atau linimasa konten yang telah disusun sebelumnya, hal tersebut agar secara alur kerja lebih sistematis.

“untuk program atau hari hari besar pimpinan itu kontennya di planing diawal bulan, tapi kadang kalau untuk konten-konten tertentu ada yang mereka itu baru isunya rame dipertengahan nah itu baru kita masukan jadi benar benar fleksibel, untuk jadwal postingnya itu disesuaikan, sekrang kan sudah tidak terlalu ngasuh soal jam potingan, dimana kan algoritma nya kan berubah ubah, dari media sosialnya itu sendiri mereka itu tidak tau apa ada jam tertentu, mereka hanya bilang konten yang punya value akan lebih cepat naiknya sehingga updatenya tuh kita tetap dijam kerja”( Trisa, 10 Juli 2023)

Secara kinerja akun @halo\_bandung atas segala bentuk aktivitaskontennya, sebagai tolak ukur keberhasilan informasi sampai kepada masyarakat sendiri, menurut Reza, bisa dilihat dari aktivitas share, reply, dan likesnya, karena dengan itu mampu diketahui sampai tidaknya pesan yang disampaikan.

“sejauh ini kita lihat dari insightnya, walaupun kadang mereka tidak like dan komen tapi impresnya bagus, banyak yang baca dan lihat, jadi tolak ukurnya yang dari berapa orang lihat, yang sharenya, berapa yang reply, jadi dilihat saja dari impresnya”(Trisa, 10 Juli 2023)

#### **4.3.2 Tahap Optimize (mengoptimalisasikan) pada Akun Twiter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung**

Mendapatkan respon dari public bukan menyoal hal yang sederhana untuk langsung direspon begitu saja oleh admin, hal tersebut bisa dilihat dari konteks pertanyaan yang diajukan, terlebih tuntutan informasi atau jawaban yang harus kredibel sebagai akun media pemerintahan kota, dan jelas kondisi ini harus dioptimalkan oleh Prokopim sebagai upaya membangun kredibilitas akun.

“Kita biasanya merespon nya tidak sembrangan langsung, laporan dulu ke atasan menanyakan ini bagaimana sih cara menghadapi, cara jawabnya gimana takutnya aku salah persepsi, lebih baik cari tau dulu info nya kaya gimana, kalau misal sudah valid dan fix biasanya aku respon” (Reza, 10 Juli 2023)

ada beberapa pertanyaan yang memang langsung bisa dijawab, tapi kita kadang melibatkan stakeholder lain untuk membantu menjawab, misallnya kita update tentang ada yang bertanya tentang bus BRT lalu ada yang nanya soal itu BRT itu, nah biasanya tuh kita harus jawab tapi harus menanyakan juga ke Dishub, ada kalanya kita hanya mention, tapi ada kalanya juga kita harus bisa bantu jawab, tapi jawaban tersebut diperoleh dari komunikasi kita

dengan instansi lain, karena produk yang kita jual, atau diinformasikan kasarnya, itu milik dinas dinas lain, nah selanjutnya biasanya respon dari Masyarakat itu, sudah sangat negative dan menimbulkan krisis, seperti kok tiba tiba ada komentar yang agak fitnah atau salah informasinya, contoh ada berita soal GBLH, netizen bilang ah GBLH dilamain karena bla bla, wah kayanya udah beda dan itu mulai rame nah barulah kita buat strategi lain yaitu bikin treed meluruskan berita itu, tapi itu kita sudah melakukan rapat internal jadi tahapnya sudah krisis”(Trisa, 10 Juli 2023)

Terlepas dari itu, Reza dan Trisa pun sebagai admin dan koordinator tidak menampik kadang kala setiap konten yang disuguhkan tidak mendapatkan respon sama sekali dari para follower, hal tersebut Reza akui karena postingan giat yang tidak menarik minat followers. Atau menurut Trisa, tidak selalu direspon, tetapi ada yang sekedar like, ada yang tidak sama sekali, tapi yang paling penting di pastikan itu ada yang baca atau lihat, karena menurutnya semua itu dapat dilihat dari impresionnya.

Terkait respon terhadap konten, menurut Reza respon-respon terkait aspirasi masyarakat pun tentunya banyak dilontarkan melalui akun @halo\_bandung, salah satunya melalui direct messages.

“Aspirasi banyak banget, apalagi twitter semasih itu dibanding media social lainnya, memang media social lainnya ada aspirasinya tapi lebih banyak twitter” (Reza, 10 Juli 2023)

Trisa pun mengakui bahwa keberadaan twiter memang salah satu media sosial yang agresif, atau dalam artian selalu up to date terkait kejadian yang terjadi.

“lumayan banyak banget sih, bahkan kalau nyari isu itu dari twitter, karena twitter itu sangat agresif, biasanya kita nyari nyari info dari akun akun lain misal dari @bandungkota dll, biasanya kita lihat dari situ apa sih yang mereka omongin tentang pemkot, misalnya mereka membahas aduh sampahnya gini gini, nah itu jadi rujukan buat kita jadi konten atau ngasih informasi”(Trisa, 10 Juli 2023)

Melihat kondisi seperti itu, tentunya menjadi tanggung jawab pengelola media sosial twitter untuk merespon informasi atau aspirasi terkait, agar tidak terjadi salah menjawab yang nantinya menimbulkan miss persepsi di masyarakat.

“dilihat dulu sih feedbacknya seperti apa, kalau missal dia salah info, kita kasih info yang benar, tetapi misalkan dia punya informasi terbaru dan kita belum update, kita akan tampung dulu, karena ada beberapa kasus yang emang kadang kadang kita nya kurang info atau kurang apdate info nya. Lalu misal ada Masyarakat yang ngasih info salah atau hoax kita bakal kasih tau informasi yang benar seperti ini”(Reza, 10 Juli 2023)

“biasanya kita sih buat pembahasan yang baru lagi, pernah sempat itu rame banget yang menghujat, jadi cara responnya sih biasanya bikin konten baru lagi, atau menjawab sesuai data”(Trisa, 10 Juli 2023)

Ruang-ruang aspirasi ini memang penting dan menjadi harapan terendiri bagi Prokopim, guna mengetahui keinginan dan kebutuhan informasi atau kebijakan lainnya dari masyarakat, dan sejauh ini Prokopim sendiri hanya memanfaatkan direct messages dan comment sebagai ruang-ruang tersebut. Tentunya dengan batasan-batasan yang ditekankan yakni setiap masukan atau aspirasi tidak boleh menyinggung masalah SARA.

“tidak ada sejauh ini Batasan Batasan, terkecuali hoax tapi kita harus lurusin, tapi sejauh ini tidak ada yang terlalu kasar, tapi kadang mereka sudah mengeluarkan kata kata kasar banget baru kita hapus atau blok karena itu jatuhnya provokasi, tapi sebenarnya bebas mau komen apapun asal jangan hoax dan fitnah”(Trisa, 10 Juli 2023)

#### **4.3.3 Tahap Manage (mengelola) pada Akun Twiter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung**

Kembali merujuk pada respon masyarakat terkait konten atau bahkan kondisi politik hingga kebijakan public yang terjadi, tentunya akan menjadi sesuatu

yang hangat dibicarakan public, entah itu respon positif atau negatif, tapi tentunya sebagai pengelolaan keberadaan media semacam @halo\_bandung ini sendiri menjadi alternative masyarakat untuk menyampaikan ide hingga masukannya, dan dalam hal ini diperlukan kemampuan mengelola aktivitas-aktivitas tersebut demi kredibilitas akun dan instansi pemerintah kota Bandung terkait, mulai memonitori akun hingga kondisi yang terjadi disekitar, menganalisis dan tentunya menentukan cara eksekusi sesuai kebutuhan @halo\_bandung.

“kita setiap hari ada monitoring atau analisis, kita melihat mereka lagi ngomongin apa kita analisis dan buat rekomendasinya seperti apa, tapi lihat juga ini ngomongin tentang yang tidak penting atau tidak urgent”(Trisa, 10 Juli 2023)

#### Gambar 4. 8 Tahap Manage (Mengelola) pada Akun Twiter @halo\_bandung



Reza pun menambahkan, jika terdapat kejadian yang hangat dibicarakan atau viral, hingga kasus terkini, hal-hal tersebut bisa dijadikan konten, tujuannya tergantung, bisa dibuat untuk meluruskan apa yang salah, dan tentunya terkadang dalam pelaksanaannya pun hadir beberapa kendala, seperti miss informasi.

“karena kan informasi kan selalu update jadi mungkin ada beberapa informasi yang kita kurang update atau kita salah, caranya kita harus terus cari informasinya sih dari berbagai tempat tidak berdiam disatu tempat saja, saat udah dapat informasi kita jangan cepat memuas diri harus mencari tau update updatenya info yang lain”(Reza, 10 Juli 2023)

Serta dibalik proses mengelola itu pun, terkadang peneliti melihat diperlukannya penggiring opini sebagai upaya untuk memperkuat informasi yang dibuat, hal ini pula yang dilakukan oleh Reza, sebagai upaya untuk meminimalisir kesalah pahaman persepsi public atas informasi-informasi yang disajikan.

Biasanya sih kita buat infogarfisnya, misalnya berita itu mulai sudah hoax dan menyebar kita membuat semacam informasi data dan faktanya sering kejadian beberapa kali ada konten misal demo, aatau masalah sampah menyalahkan pemerintah karena sampah y aitu kita harus edukasi dengan membuat semacam infografiknya kenapa sih menjadi seperti ini, tapi kata katanya pun kita sesuaikan juga yang dimengerti Masyarakat sesuai dengan fakta dan data yang kita dapat, karena kan susah untuk menkontrol orang lain agar tidak termakan berita hoax”(Trisa, 10 Juli 2023)

Cara lain dilakukan Reza secara personal, sebagai upaya memperkuat informasi yang diangkat oleh @halo\_bandung yakni dengan menggunakan akun pribadi dan menjelaskan kembali atau memperkuat statemen yang diposting. Hal tersebut ia percayai akan mampu menggiring opini public.

Selanjutnya dalam mengelola sepak terjang akun terkait beberapa konten yang dibuat diperlukan juga daya analisis yang tepat, sebagai cara untuk melihat tolak ukur keberhasilan pesan tersebut efektif, faktor utamanyadengan melihat insight twitter tu sendiri.

“bagaimana cara membaca hasil laporan dari skalau aku melihatnya dari impressnya nya bagaimana, karena sekarang ditwitter udah ada fitur yang bisa melihat views nya kayak gimana, itu salah satu factor yang aku lihat selain dari likes, komen”(Reza, 10 Juli 2023).

Terkait pengelolaan media sosial secara umum, baik itu twitter hingga media sosial sejenisnya, biasanya menurut pengamatan peneliti, semua itu saling terkoneksi satu sama, dengan kata lain sebagai upaya untuk memaksimalkan penyebaran konten yang lebih luas lagi. Tapi semua itu kembali lagi daris istem dan konsep managemen media sosial yang dirancang sebelumnya, mendasar temuan dilapangan Prokopim pun mengkorelasikan media sosial twitter dengan media sosial lainnya yang mereka garap, khususnya secara kesamaan konten.

“sebenarnya tujuannya sama yaitu to inform dan untuk memberi tahu ke masyarakar tentang apa yang dilakukan oleh pemkota bandung paling hanya kemasannya yang berbeda walaupun goalsnya semua sama maupun, instagram, facebook. Tiktok dll”(Trisa,10 Juli 2023)

“orientasi media social twitter yang sama itu hanya di facebook, Instagram, twitter, kalau youtube dan tiktok itu ada beberapa treatmen khusus karena berbeda konten juga, jadi facebook, Instagram sama twitter ini hampir sama tapi tetap berbeda sedikit, untuk twitter sendiri tidak semua konten aku share terutama video yang emang durasi yang terlalu Panjang, selama memegang akun untuk video sih agak kurang insight nya, kalau ditwitter hanya mengandalkan foto aja”(Reza, 10 Juli 2023)

Terlepas dari itu selain keberadaan akun twitter @halo\_bandung, akun sejenis yang dikelola oleh lembaga pemerintahan pun seperti halnya @humasjabar memang dimaksimalkan seutuhnya, secara keseluruhan, yang membedakan dari kedua akun ini adalah jika @halo\_bandung lebih mengshare kegiatan pimpinan khusus kota bandung, orientasinya untuk kota bandung, sedangkan @humasjabar tentunya lebih lebih ke cakupan public jawa barat.

#### 4.3.4 Tahap Engage (melibatkan) pada Akun Twiter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung

Melibatkan public atau pihak lain sebagai upaya untuk memperkuat informasi dan menjadi daya tarik tersendiri memang penting dilakukan, hal tersebut pun dalam beberapa kali kesempatan dilakukan oleh Prokopim, tapi semua itu balik lagi ke tujuan yang ingin dituju dari setiap konten atau instansinya seperti apa.

**Gambar 4. 9**  
**Postingan Akun Twiter @halo\_bandung Melibatkan Public**



Melalui berita diatas peneliti bisa melihat bahwa upaya keterlibatan dengan publik pun turut dilakukan, baik itu konteksnya lomba posyandu diatas, semua itu adalah upaya untuk mengangkat hal-hal yang penting ditengah masyarakat, apalagi jika melihatnya kontek posyandu yang secara keberadaannya sangat dibutuhkan

masyarakat, dengan adanya pemberitaan ini, masyarakat bisa tahu kondisi dan kualitas posyandu di Bandung ini bagus, dan bisa memaksimalkannya.

“tidak selalu sih, melibatkan public itu lebih ke feedbacknya, karena kan tidak semua konten itu berkaitan erat sama public kecuali ada konten-konten tertentu memang ada kaitannya sama public”(Trisa 10 Juli 2023)

Kata melibatkan public disini menurut kacamata Trisa bisa dilihat dari keterlibatan public seperti like atau komen, hal itu mampu memberi kemudahan bagi Prokopim untuk bisa membaca keinginan publik sehingga tim pun akan lebih mudah untuk menyaring informasi.

“dari analisis tadi setiap hari ada monitoring jadi apa yang mereka sampaikan atau omongin itulah yang kita tangkap dan dianalisis dan dijadikan konten. Jadi keterlibatannya terlihat dari responnya mereka sendiri. Dalam memberikan feedback kepada berita kota Bandung”(Trisa, 10 Juli 2023)

Secara dampak dari setiap aktivitas akun dan respon masyarakat pun beragam, tentunya terdapat pro dan kontra. Tergantung bagaimana Prokopim mengemas berita dan masyarakat mengonsumsi berita tersebut. Seperti halnya berita diatas, akan sangat sensitive jika Prokopim tidak mengemas berita tersebut dengan hati-hati baik dari segi bahasa atau angle kamera, karena dimasa yang sensitive ini, menurut peneliti akan timbul penilaian yang sensitif pula terkait hal pemilu yang dibicarakan, padahal mungkin secara prinsip yang dibangun harus sentral mungkin.

“ada yang pro ada yang kontra, bahkan ada yang merasa pencitraan, bahkan ada saat membuat hal yang baik, dampaknya pro dan kontra itu hal yang biasa dan itu harus diterima karena kita harus terbuka”(Trisa, 10 Juli 2023)

**Gambar 4. 10**  
**Postingan Prokopim Kota Bandung @halo\_bandung**



Selain itu, merujuk ke permintaan liputan dari atasan, atau khususnya dalam pembuatan konten yang melibatkan banyak orang, konten-konten seperti ini jika dirancang dengan baik dapat juga. Intinya dari setiap konten yang dibuat tolak ukur keberhasilannya bisa dilihat dari public yang melakukan share, komen dan like.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Tahap Share (menyebarkan) pada Akun Twiter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung**

Pada bagian Pembahasan Hasil Penelitian ini, peneliti akan mengkaji terkait empat aspek dalam Model The Circular Model of SoMe, yang tentunya menjadi teori serta konsep dalam menjawab rumusan-rumusan masalah pada penelitian ini, yang diantaranya terkait Share, Manage, Engage dan Optimize.

Share atau membagi merupakan hal yang sangat amat penting dalam sebuah pengelolaan media sosial, melalui “share” kita mampu memahami setiap tujuan dari media sosial yang digunakan. Dalam hal ini adalah media sosial twitter @halo\_bandung, yang tentunya merupakan alat atau media yang dikelola langsung oleh Prokopim guna menunjang informasi dan keterbukaan arus informasi segala aktivitas atau program-program pemerintah kota Bandung.

Mendasar pada temuan peneliti terkait secara kegunaan instansi pemerintahan dalam rangka kegunaan media sosial bagi sebuah instansi, yang tidak dapat diungkiri tentunya jika dikelola dengan benar, akan mendatangkan hal yang bermanfaat.

Berikut adalah beberapa kebermanfaatan keberadaan peran media sosial bagi pemerintah, yang peneliti kaji:

1. Mampu menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga serta menghimpun aspirasi publik.

2. Mampu menjangkau publik yang sangat luas dan menyebarkan informasi dengan cepat
3. Membangun kedekatan dan keterbukaan dengan publik
4. Media sosial sebagai sarana pemerintah untuk lebih dekat dengan publik.
5. Media sosial merupakan sarana pengarsipan. Sifat media sosial yang terbuka, pemerintah harus dapat mengetahui informasi apa yang patut dan tak patut disampaikan kepada publik serta mampu mengetahui bagaimana cara menyampaikannya.

Poin-poin diatas menurut peneliti yakni hasil dari perkembangan teknologi informasi, sudah pasti bisa kita sepakati bersama bahwa kehadiran media sosial pada kenyataannya mampu menghadirkan dampak positif hingga negatif, tergantung cara pengelolaan dan penerimannya seperti apa. Tapi, tentunya dalam konteks ini media sosial memberikan manfaat bagi jajaran Humas Pemerintah, atau dalam hal ini bagi Prokopim Jabar. Prokopim melalui media sosial twitter @halo\_bandung dapat menjadikan media sosial sebagai platform untuk menjalankan komunikasi publik dan juga untuk menjalankan komunikasi strategis.

Lebih jauh dari itu, kehadiran media sosial bagi suatu instansi pemerintahan tak dapat dipungkiri menjadi salah satu inovasi tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan teknologi dan menjadi problem solving permasalahan-permasalahan yang ada ditengah-tengah kehidupan masyarakat.

Pada aspek untuk membagikan ini, jika mengacu pada teori Luttrell bahwa media sosial merupakan alat yang membantu seseorang untuk saling menyebarluaskan informasi, Luttrell juga mengatakan bahwa model *two way*

*symmetrical* menggambarkan bahwa komunikasi yang dilakukan terjadi dengan dua arah serta memiliki timbal balik yang saling seimbang. Keseimbangan ini menimbulkan anggapan bahwa komunikasi akan berjalan dengan lebih etis dalam penyampaian informasi atau pesan dengan teknik komunikasi membujuk bukan dengan memaksa

Berdasarkan hasil data penelitian yang peneliti temui dan amati, bahwa platform twitter ini memang diharapkan menjadi media atau ruang antara pemerintah kota Bandung dan masyarakat Bandung saling terhubung, kebutuhan secara pemenuhan informasi tercapai, masukan atau aspirasi dari audiens twitter yang notabene dikenal kritis dan bersifat senang membaca disbanding media sosial lain, diharap mampu melancarkan *two way communication* tadi dengan memberikan aspirasi, membagikan serta merespon utas. Semua itu dilakukan tanpa paksaan dari Prokopim sebagai pengelola media sosial, semua itu berjalan secara organic dan dibebaskan kepada masyarakat dalam menggunakan media sosial.

Melaui media sosial Twitter sendiri, idealnya sebelum melakukan penyebaran informasi atau konten, pengelola media sosial harus mampu menganalisis secara sistematis aspek-aspek yang terdapat dalam share itu sendiri, yang dalam hal ini adalah Participate, Connet and Build Trust. Dan berdasarkan hasil penelitian, peneliti melihat Prokopim telah melakukan hal-hal tersebut yang diantaranya akan peneliti urai sebagai berikut;

### **1. *Participate***

Prokopim sebagai pengelola media sosial dan medium dari pemerintah, mereka telah melakukan beragam upaya untuk berpartisipasi

langsung dan berkomunikasi langsung kepada audien atau followernya, entah itu dari proses pembuatan konten serta menganalisis respon masyarakat kota Bandung terkait konten-konten yang dibuat, beberapa cara yang dapat dioptimalkan bisa dilihat dari bagaimana Prokopim melakukan *Know Your Audience*, Prokopim sendiri mendasarkan hasil wawancara, sudah mengetahui karakteristik audien yang ditargetkan. Secara target Audiens jelas masyarakat kota Bandung menjadi prioritas, karena @halo\_bandung merupakan twitter dari pimpinan pemerintah kota Bandung. Secara audiens yang ingin dijangkau adalah rentan umur 18-40 tahun, dari rentan umur atau gap zaman ini, Prokopim berharap mampu menyentuh setiap kalangan dan generasi pengguna twitter itu sendiri.

Selanjutnya *Know Platform and Stay Within the Social Norm*, yang maksudnya memahami keunikan masing-masing dengan karakteristik atau peraturan yang khas, Sehingga Prokopim mengetahui mana yang harus dilakukan aktivasi.

Prokopim mengamini bahwa pengguna media sosial twitter biasanya orang-orang yang melek membaca dan kritis, orang-orang yang mengetahui perkembangan terkini. Melihat kondisi seperti itu membuat Prokopim lebih berhati-hati dalam membuat konten dan merespon feedback masyarakat, serta tentunya admin dituntut untuk responsive, berwawasan luas dan *up to date*.

Selanjutnya *Be Authentic*, dalam hal ini @halo\_bandung harus memberikan identitas atau brand image yang otentik, dimana keaslian dalam

instansi Prokopim atau pemerintahan kota Bandung dapat membentuk suatu brand image yang mampu membangun dan mempengaruhi kepercayaan public. Karakter akun yang dibuat semi formal, baik itu secara isi konten hingga penggunaan bahasa dan desain, adalah upaya untuk membangun image bahwa isi atau sifat informasi yang disampaikan yakni informative dan edukatif.

Lalu, *Stay True Your Brand*, artinya bersikap jujur terhadap identitas organisasi. @halo\_bandung idealnya harus memberikan informasi berupa fakta atau kebenaran yang terjadi disetiap aktivitas atau kebijakan pemerintah kota Bandung. Tidak dilebih-lebihkan atau dikurang-kurangi. Keterbukaan dan kejujuran ini yang nantinya akan berdampak baik pada pandangan masyarakat terhadap Prokopim dan instansi pemerintahan kota Bandung.

*Don't Recreate the Wheel – Join Existing Conversation*, yang dimaksud adalah Kebanyakan suatu organisasi berfokus untuk membangun jumlah pengikut mereka. Sebenarnya akan lebih efektif jika terlibat dalam percakapan di media sosial. Melalui informan kunci Trisa dan Reza, apa yang dicanangkan diatas nampaknya sudah dilakukan oleh Prokopim melalui @halo\_bandung, mereka mengamini keterlibatan, baik itu interaksi dalam utas, like hingga share yang dilakukan public merupakan tolak ukur keberhasilan konten itu sendiri.

Untuk menjalankan sistem pengelolaan media sosial jelas diperlukan orang yang kompeten dibidangnya, *Select The Right Team*,

karakteristik-karakteristik yang ditentukan oleh Prokopim adalah aware terkait perkembangan media sosial atau trend, mampu menjalankan dan memahami setiap fitur media sosial twitter, memiliki ketertarikan pada pekerjaan dengan instansi pemerintah pun sangat penting karena menjadi penentu loyalitas pekerjaan.

Terakhir adalah *Use Rigt Tools*, yakni menggunakan software dalam menunjang media sosial yang mampu mengawasi perkembangan akun. Sayangnya dalam hal ini Prokopim tidak menggunakan alat sebagai bahan analisa akun mereka, semua aktivitas analisis dilakukan secara manual atau bertumpu pada insight yang disediakan twitter itu sendiri.

## **2. *Connect***

Dalam tahap share ini, Prokopim dapat dilihat bagaimana menjalin hubungan dengan followers di media sosial, atas upaya untuk memunculkan respon dari masyarakat. Berdasarkan temuan dilapangan, tidak ada strategi khusus yang dilakukan oleh Prokopim, hanya saja yang mereka garis bawahi adalah konsistensi dan kehadiran mereka dimasyarakat, dalam artian @halo\_bandung akan rutin melakukan posting setiap harinya sebagai upaya menjawab kehadiran mereka bagi masyarakat yang membutuhkan informasi terkait apa yang terjadi dalam pemerintahan kota Bandung. Selain dari itu, Prokopim juga sadar bahwa pesan yang disampaikan jangan terlalu berat secara pengemasan konten, harus dibuat ringan dan sederhana, agar mudah dicerna dan direspon masyarakat. Terkait like, komen hingga retweet pada faktanya tergantung lagi kepada kebutuhan

informasi masyarakat, jika dirasa relevan dengan yang mereka inginkan, masyarakat akan melakukan hingga retweet atau komen.

### 3. *Build Trust*

Prokopim diuntut untuk membangun kepercayaan pada follower mereka di media sosial. Setelah terhubung dengan khalayak, kemudian munculnya kepercayaan, dimana followers percaya bahwa organisasi tersebut benar-benar dapat dipercaya keadanya. Dalam membangun kepercayaan, ada beberapa cara untuk mengoptimalkannya, yaitu dengan melakukan *A clear Profil*, artinya profil yang baik yang menampilkan nama yang mudah untuk di ingat, menampilkan apa fokus dan minat, serta informasi yang jelas tentang organisasi. Dalam hal ini nama “halo Bandung” menurut peneliti menjadi nama profil yang sangat mudah teringat, kata “halo” peneliti artikan dengan kesan ramah dan seolah terus ada untuk masyarakat. Secara fokus sudah jelas akun ini berfokus pada setiap aktivitas pimpinan atau kegiatan pemerintah kota Bandung, baik itu berupa program, kebijakan dan kejadian yang terjadi.

Selanjutnya adalah dengan melakukan *A Consisten Voice*, maksudnya dalam berinteraksi apakah karakteristiknya menyenangkan, informatif, itu semua akan dikenali. Dengan karakteristik yang dipilih, maka bisa mengembangkan suatu organisasi. Pada konteks ini @hao\_bandung sudah melakukan itu semua, karakteristik konten yang informative dan edukatif yang dirancang oleh tim media sosial, juga diamini oleh para informan pendukung yang notabene merupakan follower aktif

@halo\_bandung, serta selain itu, respon admin yang cepat, ramah dan tutur kata yang sopan terjadi, baik itu dalam merespon komen hingga pesan di direct messages.

Pada unsur terakhir yakni *Solid Relationship Management*, Membagikan post (Konten) secara menarik dan konsisten untuk membangun online present menjadi hal yang penting. Akun media sosial yang layak mendapat perhatian public adalah yang terlibat dan mengambil bagian dari komunitas sosial, karena media sosial itu sendiri bertujuan untuk bersosialisasi dan berkomunikasi serta mendapatkan informasi.

Pembuatan konten yang variatif, mulai dari infografis, foto, video, link tertaut, hingga QnA adalah upaya yang dilakukan Prokopim untuk membangun konten yang menarik dan kreatif, serta semua itu ditekankan dilakukan setiap hari, agar terbangun kepercayaan public atas konsistensi yang dilakukan. Jelas semua itu ada proses atau sistem yang harus digunakan selama pengaplikasiannya, terkait sistem operasional perusahaan sendiri, setiap konten yang disuguhkan oleh @halo\_bandung didasari dari setiap giat pimpinan, yang selanjutnya diolah oleh coordinator media sosial dan para konten creator twitter@halo\_bandung, setelah dirumuskannya ide konten, lanjut dengan menyesuaikan dengan kalender konten yang akan diposting, dengan pertimbangan efektivitas insight jam posting dan bentuk konten, selanjutnya yakni mendapatkan persetujuan dari coordinator media sosial agar bisa diposting. Setelah konten terposting maka diharuskanlah para admin untuk menjaga interaksi dengan audiens dengan teliti dan

seksama, menggunakan tutur bahasa yang sopan dan valid serta tetap berkoordinasi dengan tim di kantor.

#### **4.4.2 Tahap Optimize (optimalisasi) pada Akun Twitter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung**

Pada aspek ini adalah bagaimana Prokopim mampu mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Pada konsep ini Regina Luttrell (dalam Luttrell, 2015: 42) dalam tahap optimize pada tahap ini Prokopim harus mengetahui apa yang sedang dibicarakan publik terkait dengan topik yang dipublikasikan tersebut *listen & learn*, dan *take part in authentic communications* harus diperhatikan dalam tahap ini. Kemudian, ketika suatu pesan sudah di share-oleh subjek maka followers akan membicarakan subjek baik dengan melibatkan subjek atau tidak, kegiatan ini yang harus diperhatikan oleh subjek. Karena subjek juga harus mendengarkan apa yang sedang dibicarakan followers tentang mereka.

Melalui Listen & Learn, terjadilah proses mengamati, mendengar dan menelaah perbincangan khalayak pada suatu topik yang sedang hangat dibicarakan di media sosial. Dalam twitter sendiri, hal tersebut secara khusus dapat dilihat

melalui mentions. Dalam menggunakan media sosial untuk menyebarkan konten perlu mempedulikan apa yang di perbincangkan oleh followers. Dengan menyimak topik yang sedang dibicarakan para pengguna media sosial dan ikut membangun fakta yang sesuai, akan menambah ide dan gagasan lebih dalam membuat konten.

Jika pada kenyataannya masyarakat melakukan mention pada akun@halo\_bandung terkait suatu hal yang terjadi, berarti bisa dipastikan masyarakat peduli dan membutuhkan respon dari akun @halo\_bandung, maka dapat dipastikan bahwa kecepatan admin dalam merespon hal tersebut benar-benar diperlukan.

Selanjutnya yakni *Take part in Authentic Conversation* Pada poin ini, Prokopim di haruskan terlibat dalam komunikasi dua arah, seperti apa yang dimaksud pada bagian Share sebelumnya, bahwa media sosial idealnya menjalin *Two Way Communication* agar mampu membangun hubungan dan insight yang baik, dimana dalam hal ini keberadaan @halo\_bandung hadir menjadi bagian dari perbincangan orang-orang, mengajak para pengguna untuk berdiskusi, debat hingga berkolaborasi. Seperti apa yang telah disebutkan Trisa dalam sesi wawancaranya, bahwa terkadang beberapa akun media lain seperti yang dilakukan PRFM, dimana akun tersebut seolah-olah bersinergi dengan akun @halo\_bandung dalam menjalin suatu interaksi khusus dalam format QnA, dan topik yang dibicarakan biasanya seputar kota Bandung. Dengan melakukan hubungan komunikasi seperti itu, peneliti melihat merupakan salah satu upaya Prokopim untuk turut menjangkau target audiens dari PRFM sendiri, terlepas jangkauan akun yang semakin meluas,

kredibilitas percakapan yang dibangun pada moment itu menjadi tolak ukur peniaian public terhadap akun @halo\_bandung.

Selain hal tadi, banyaknya aspirasi-aspirasi masyarakat yang disampaikan melalui dirct messages atau kolom komen pun menjadi kesempatan bagi Prokopim untuk menjalin hubungan interaksi dengan masyarakat, entah itu sifatnya pro atau kontra seperti apa yang disampaikan Trisa pada bagian hasil penelitian, kedua konteks ini harus dihadapi dengan seksama, agar tidak memicu kesalahan informasi dan persepsi pada masyarakat, @halo\_bandung harus menjadi penengah antara masyarakat dan pemerintah kota agar idak terjadinya perpecahan ditengah masyarakat. Terlebih jika terdapat informasi-informasi hoax yang melibatkan pemerintahan kota Bandung, Prokopim harus benar-benar menyiapkan pola dan strategi yang mampu meredam itu, caranya yang dilakukan Prokopim sendiri yakni dengan menciptakan kembali informasi factual dengan data yang valid kepada masyarakat. Karena menurut peneliti jika penilaian masyarakat sudah terbentuk, maka harus disiapkan penilaian baru lagi, salah satunya melalui konten baru yang diciptakan.

Maka dari itu Prokopim disini harus mendengarkan, memahami dan mempelajari apa yang dibicarakan masyarakat kota Bandung, subjek juga harus melakukan antisipasi atau menyiapkan tindak lanjut. Tidak heran Luttrell menyarankan subjek untuk ikut berperan menyampaikan infomasi terkait suatu topik yang ontentik. Misalnya perihal isu yang menerpa subjek itu langsung, atau isu lain yang secara tidak berpontensi menerpa subjek. Dalam hal ini Luttrell menyarankan subjek harus memiliki tools tertentu yang digunakan untuk memonitor opini yang

berkembang di public media sosial. Bisa sebagai contoh organisasi dapat memonitor melalui tools mentions atau hastag untuk mengetahui apa yang sedang dibicarakan di public.

Menurut pengamatan peneliti selama menggunakan twitter, baik itu dalam menganalisis akun @halo\_bandung hingga aktivitas twitter secara umum, Twitter bisa dibidang merupakan sumber berita terbaik dan terupdate, terlepas para penggunaannya yang kritis dan senang membaca. Faktualitas topic yang dihadiran twitter sangat cepat terjadi dan biasanya menjadi trigger disbanding media sosial lainnya dalam mengetahui setiap hal. Tentu semua itu didasari pada fitur trending topik dan hashtag twitter, yang merupakan kombinasi ampuh terkait proses dan ketersediaan penyebaran informasi secara cepat. Dengan kedua fitur tersebutlah, kondisi algoritma twitter mampu mengetahui apa yang sedang hangat dibicarakan ditengah-tengah masyarakat, baik itu secara explicit hingga dunia. Hal-hal ini pada kenyataannya mampu memantik diskusi antar pengguna, sehingga biasanya lebih mudah masuk ke trending topik dan bisa membuat penyebaran berita menjadi lebih cepat di twitter. Maka, kondisi-kondisi seperti ini memang dimanfaatkan @halo\_bandung selagi informasi yang terkaitnya relevan dengan keberadaan akun @halo\_bandung itu sendiri.

#### **4.4.3 Tahap Manage (mengatur) pada Akun Twiter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung**

Pada aspek ini, Prokopim idealnya harus mampu merespon setiap kejadian atau hal yang terjadi di twitter dengan cepat, karena tidak dapat dtampik bahwa masyarakat kota Bandung pun mengharapkan respon yang cepat dan kredibel secara informasinya. Pada tahap ini, Luttrell menentukan bahwa terdapat kegiatan *media monitoring, quick response, dan real time interaction*

#### 1. Media Monitoring

Bagaimana meneliti, mengontrol dan melakukan cara evaluasi terhadap perkembangan yang berkaitan. Media monitoring dilakukan secara tersusun dan berkelanjutan. Dalam tahap sebelumnya, Prokopim harus sudah mengetahui apa yang public bicarakan di media sosial oleh karena dalam manage, Luttrell menyarankan melanjutkan dengan kegiatan media monitoring agar lebih bisa mendalami isu tersebut. Seperti apa halnya data yang diperoleh dalam wawancara, untuk menjawab keinginan public, Prokopim sendiri tentunya melakukan pengawasan dengan sistematis, para tim media sosial Prokopim melakukan monitoring terkait kejadian apa atau hal apa yang dibicarakan public dalam setiah harinya, atau apa yang mereka sampaikan pada @halo\_bandung, kondisi-kondisi seperti ini yang akan Prokopim himpun masukannya, dan selanjutnya dilakukan analisis, lalu jika sesuai dengan apa yang diharapkan Prokopim, maka output yang dihasilkan, akan dijadikan sebuah konten. Proses seperti inilah para tim pun akan mudah dalam menyaring informasi, maka tidak salah jika Trisa dan Reza mengharapkan respon yang baik dan konsisten dari masyarakat. Sebagai tolak ukur lain kebutuhan informasi masyarakat kota Bandung.

## 2. *Quick Response*

Respon cepat yang dimaksud adalah bagaimana merespon feedback yang masuk ke @halo\_bandung secara organic. Kecepatan response ini penting untuk semakin menguatkan keterkaitan emosional dengan para pengikut. Namun dalam penerapannya akan disesuaikan dengan identitas @halo\_bandung sebagai media yang dikelola Prokopim dan memiliki arah sebagai media sosial pemerintahan kota Bandung. Baik itu secara karakteristik konten hingga batasan-batasan yang harus menjadi pakem setiap informasi yang dikirim atau diterima.

Secara respon yang dilontarkan, menurut hasil wawancara dengan semua informan pendukung, mereka mengakui bahwa admin dari @halo\_bandung terbilang cepat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mereka utarakan, semisal terkait pertanyaan infrastruktur, acara dan kejadian-kejadian yang terjadi. Serta penggunaan bahasa yang semi formal, nyatanya membuat kesan yang hangat, ramah dan tidak kaku.

Trisa sebagai koordinator Media Sosial pun menekankan, public berhak mengajukan atau melakukan interaksi apa pun dengan @halo\_bandung selagi kebutuhannya tentang apa yang terjadi di kota Bandung dan tentunya dalam proses penyampaiannya tidak mengandung unsure SARA, hal ini dilakukan sebagai sebuah sikap untuk meleraikan permasalahan-permasalahan yang diluar konteks akun itu sendiri.

## 3. *Real Time Interaction*

Dalam hal ini akan dilihat bagaimana subjek berinteraksi secara realtime di media sosial. Salah satunya contohnya adalah dengan melibatkan diri dalam diskusi langsung, menjawab pertanyaan dan percakapan dengan para audiens untuk meningkatkan ketertarikan pembaca lainnya dan agar konten yang disebarakan muncul kembali di linimasa (timeline ) mereka. Peneliti melihat apa yang dilakukan leh Prokopim sudah menjawab apa yang menjadi substansi dari Real Time Interaction ini, saling membalas komen, retweet hingga melakukan QnA adalah aktivitas konten yang sering dicanangkan, dan Prokopim sadar akan hal itu, dengan melibatkan diri seintens mungkin dapat meningkatkan insight akun @halo\_bandung.

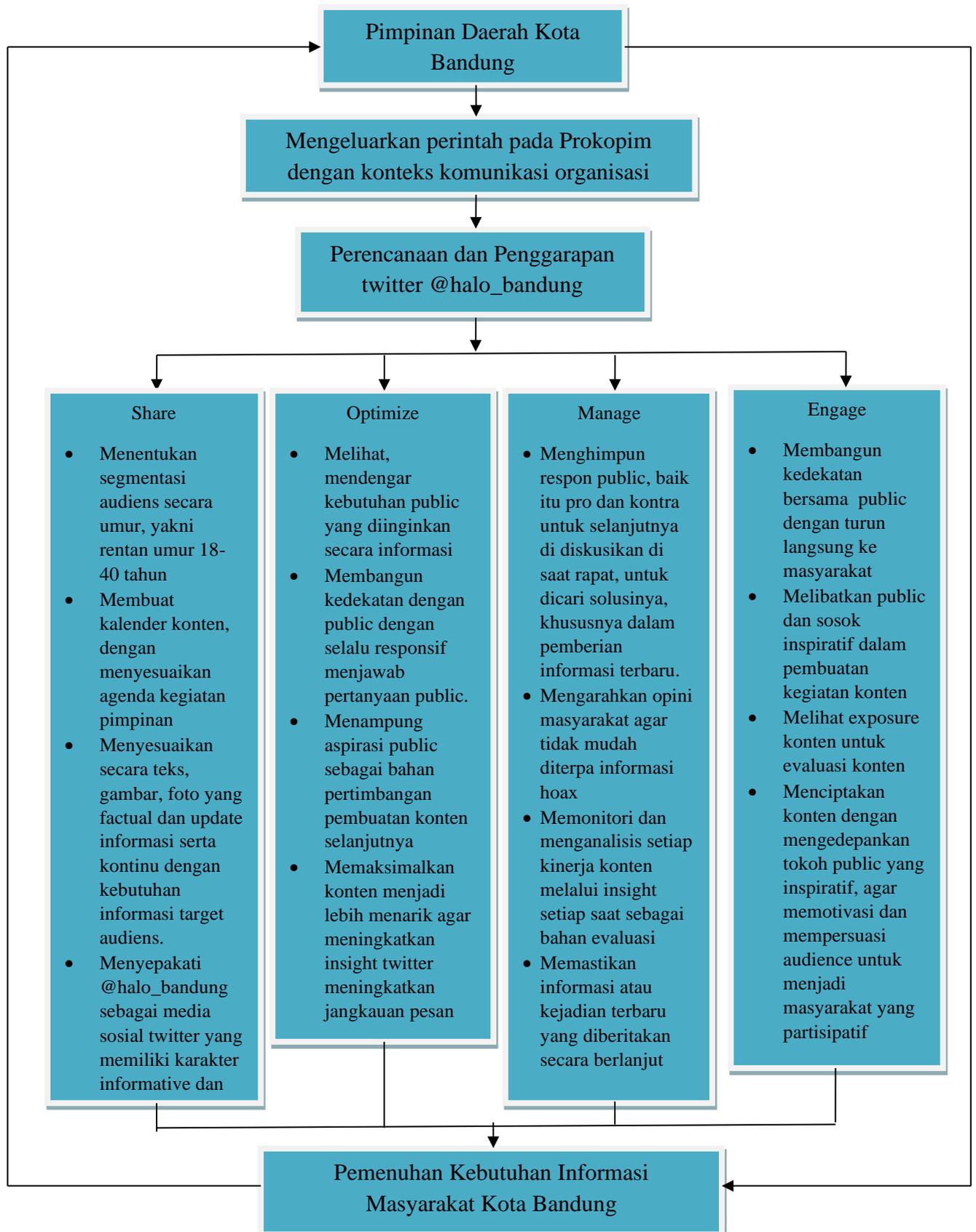
#### **4.4.4 Tahap Engage (melibatkan) pada Akun Twitter @halo\_bandung oleh Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kegiatan Pemerintah Untuk Masyarakat Kota Bandung**

Engage dalam pengelolaan media sosial, melibatkan audience dan influencers merupakan komponen yang sangat penting dalam strategi media sosial. Keterlibatan antara @halo\_bandung nyatanya itu sudah terbangun sejak dulu, arti influencer yang biala dilibatkan oleh Prokopim disini, bukan menyoyal pada influencer yang hanya memiliki jumlah follower semata, tetapi ditekankan pada influencer yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi perilaku orang lain (persuasif). Seorang influencer biasanya memiliki pengetahuan, otoritas, atau wawasan khusus tentang subjek tertentu, seperti tokoh atau pejabat public.

Pada konteks keterlibatan lain bisa dilihat dari beberapa postingan yang memiliki insight bagus dan komen, hal ini atau interaksi seperti ini diyakini merupakan keterlibatan dengan masyarakat, bukan menyoal keterlibatan didalam laman online saja, keterlibatan secara langsung pun dilakukan sebagai upaya Prokopim hadir kepada masyarakat, hal tersebut bisa dilihat di konten tanggal 8 agustus terkait kegiatan Pendidikan Kegiatan Politik, yang diselenggarakan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu dan pemilihan serentak tahun 2024. Kegiatan ini merupakan bukti nyata atas upaya yang coba dibangun oleh Prokopim mencoba merespon kebutuhan masyarakat dalam waktu dekat. Sesuai dengan penjelasan mengenai the Circular model of SoMe menurut Regina Luttrell dalam bukunya Social Media ; Engage: siapa yang kita libatkan dan bagaimana? Apakah kita ingin konsumen untuk mengambil tindakan pada apa yang telah kita bagikan? Jika demikian, apa yang kita ingin mereka lakukan? Mengelola strategi engagement merupakan hal yang sulit, tetapi ketika perusahaan menyadari manfaat dari keterlibatan otentik hubungan yang tepat dapan dibangun. Dengan aktivitas yang dilakukan untuk masyarakat, serta pemberitaan yang di dirikan oleh @halo\_bandung terkait pemilu, atau contoh kegiatan yang melibatkan masyarakat lainnya adalah saat Prokopim melakukan liputan intens ke lokasi kejadian kebakaran di Pasar Lewi Panjang, hingga kegiatan posyandu, dimana @halo\_bandung menguraikan berita dari kronologis kejadian hingga dampak yang terjadi. Hal-hal atau kejadian seperti ini peneliti melihat merupakan keterlibatan dan keharusan sebuah media sosial pemerintahan hadir ke tengah-tengah

masyarakat, mewakili keingintahuan masyarakat serta menjalankan tugas dan fungsinya sebagai media yang memberikan informasi terkait kondisi di kota Bandung, baik itu konteks kegiatan pemerintah hingga apa pun yang penting terjadi di kota Bandung.

**Gambar 4. 11**  
**Model Alur Komunikasi Prokopim**



Berdasarkan pada bagan Model Alur Komunikasi Prokopim diatas, mendasar pada temuan peneliti dilapangan yang coba peneliti sederhanakan atau direlevansikan dengan proses-proses komunikasi yang terjadi antara antara Prokopim, Pimpinan hingga karyawan. Seperti yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya keberadaan Prokopim diciptakan untuk sebagai media publikasi bagi pimpinan daerah kota Bandung, yang meliputi kegiatan dan program-program kerja pemerintah kota.

Demi menunjang sebuah kinerja pimpinan, perlunya keberadaan alat yang mampu membranding sosok tersebut kepada masyarakat, tujuannya jelas agar masyarakat bisa mengetahui apa saja yang dikerjakan pimpinan mereka. Pada hal ini Prokopim menjadi organisai pemerintah yang menjalankan kegiatan tersebut, karena secara structural, sudah jelas bahwa bentuk komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi organisasi, artinya pimpinan memberi arahan kepada bagian Prokopim untuk mampu menjalankan tugas yang diberikan. Komunikasi organisasi sendiri merupakan pertukaran informasi dalam suatu organisasi, sehingga dapat membentuk arus informasi. Melalui bagan diatas secara arus informasi terjadi dari Pimpinan ke Prokopim dan berlanjut ke tim media sosial twitter @hallo\_bandung.

Secara pelaksanaan, Trisa sebagai koordinator media sosial, melakukan perancangan sistem kerja yang mampu menunjang tujuan dari Prokopim itu sendiri, dalam hal ini Trisa dan tim membuat rancangan secara perencanaan hingga pelaksanaan konten, mendasar atas apa yang peneliti lakukan dan pahami, ternyata dari setiap proses kerja @halo\_bandung dapat dianalisis menggunakan teori The Circular Model Of Some yang mana untuk memaksimalkan suatu media sosial

beserta konten-kontennya, diperlukan pengkajian yakni terbagi ke aspek Share, Optimize, Manage, dan Engage. Ke empat unsur ini saling berketerkaitan, dari mulai membaca kebutuhan public secara informasi media sosial, bagaimana cara memberikan kebutuhan itu, dan proses produksi seperti apa agar konten dapat bernilai dan menarik untuk masyarakat.