

LAMPIRAN

Lampiran Surat Permohonan Penelitian



Jakarta, 14 Juli 2023

Nomer : 082/KapemPR-FIKOM/TA/UEU/VII/2023
Perihal : Surat Permohonan Penelitian

Kepada Yth:
Temantaman Jkt
Jakarta

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi persyaratan pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, setiap mahasiswa diminta untuk melakukan penelitian atau tugas akhir pada periode perkuliahan semester Genap TA 2022/2023. Untuk itu kami mengajukan permohonan penelitian atas nama berikut ini:

Nama	: Minar H Baringbing
NIM	: 20190502202
Peminatan	: Public Relations
Fakultas	: Ilmu Komunikasi

Bermaksud untuk izin mengadakan riset atau observasi penelitian serta wawancara untuk mendapatkan data guna keperluan skripsi atau tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan menempuh Sarjana Strata Satu (S1) di Universitas kami. Data tersebut hanya untuk keperluan penelitian dan bukan di publikasikan untuk umum.

Demikian Surat Permohonan ini kami sampaikan, besar harapan kami mahasiswa tersebut dapat diterima dan dibantu pada perusahaan bapak/ibu pimpin. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Dr. Erna Febriani, S.Si, M.Si
Ka. Peminatan Public Relations

Jl. Arjuna Utara 9, Tad Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta 11110, Indonesia
☎ (021) 567 4223 ext. 228-229 📠 (021) 567 4248

LAMPIRAN KODING WAWANCARA

Hasil Penelitian			
Key Informan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Agung Admin Utama Media Sosial Instagram @temantaman.jkt	Adinda Admin Media Sosial Instagram @temantaman.jkt	Desi Admin Media Sosial Instagram @temantaman.jkt	Tio Admin Utama Media Sosial Instagram @tebetecopark

A. Hasil Penelitian Mengenai Penerapan Teori Komunikasi Massa

No	Pertanyaan	Jawaban	Kategori
1	Apa tujuan dilakukannya aktivasi media sosial Instagram @temantaman.jkt?	Dinda: “Aktivasi sosial media instagram @temantaman.jkt ini adalah langkah kami untuk melakukan adaptasi dengan media sosial baru yang banyak diakses masyarakat. Karena kalau ngga pakai media sosial sepertinya sulit juga ya..Terlebih di perkembangan teknologi, hal tersebut sangat berpeluang tinggi bagi @temantaman.jkt untuk dapat menyebarkan informasi. @temantaman.jkt melihat bahwa Instagram menjadi peluang untuk menciptakan two-way communication serta many to many communication sehingga harus direncanakan dan dimanfaatkan dengan baik serta menciptakan komunikasi yang efektif. Jaman ini tentu teknologi sudah sangat canggih ya, jadi kita ga perlu repot-repot nih mengunjungi masyarakat 1 per 1 untuk menginformasikan tentang Tebet Eco Park. Jadi lah, kita pakai media sosial, salah 1 nya Instagram. Tujuannya agar komunikasi bisa lebih praktis, masyarakat juga bisa lebih mudah cari informasi mengenai Tebet Eco Park dengan mengunjungi	Komunikasi Massa

	<p>halaman instagram @temantaman.jkt.”</p> <p>Tio :</p> <p>“Awal penggunaannya tentunya untuk bisa menjadi penyambung komunikasi antara Dinas Pertamanan dengan Warga Dki, khususnya info mengenai Taman atau RTH di Jakarta melalui akun @Temantaman.jkt. Lalu tujuannya ya memang untuk mengkomunikasikan ke warga bahwa ada nih taman-taman yang bagus di Jakarta, tidak hanya pemerintah aja, yang dibawah non pemerintah pun kita informasikan disini. Sekaligus untuk mengedukasi, menginformasikan, balik lagi ke visi misi ya, itu sih, kolaborasi juga.”</p>	
--	--	--

B.Hasil Penelitian Mengenai Penerapan Teori Jarum Hipodermik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kategori
1.	Dengan adanya Instagram apakah @temantaman.jkt atau pun Tebet Eco Park merasa lebih mudah dalam menyampaikan informasi?	<p>Dinda :</p> <p>“Disaat ketatnya era digital saat ini, semakin banyak juga persaingan informasi di berbagai media massa, tentu keadaan ini menuntut kita untuk memutar otak lebih cerdas lagi. Karena kalau kita tidak cerdas beradaptasi dengan perkembangan saat ini, bisa-bisa Tebet Eco Park yang kita punya tidak dikenal oleh masyarakat dan tidak memiliki pengunjung yang kita harapkan. Sehingga kami memilih media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan media informasi kepada masyarakat, karena kita memandang media sosial Instagram saat ini memang banyak digandrungi oleh semua kalangan, baik dari usia anak sampai yang tua-tuapun banyak yang memiliki Instagram. Saat ini, media sosial Instagram tersebut</p>	Penggunaan Media Baru

		<p><i>diibaratkan seperti peluru peluru yang sangat cepat pergerakannya dan bisa menembus sasarannya dengan cepat”.</i></p> <p>Tio : <i>“Kemudahan tentu iya ya. Dengan adanya media sosial ini kita lebih gampang aja nih nyampaiin informasi, edukasi juga ke masyarakat. Apalagi di era ini, sebagian besar orang lebih aktif di media sosial. Jadi supaya masyarakat juga ga sulit cari info tentang Tebet Eco Park, mereka lebih mudah ngejangkau kita melalui Instagram. Kita tidak harus mengeluarkan biaya untuk berkunjung ke tiap tiap daerah, kita bisa langsung bagikan informasi ke publik yang tentu bisa diakses kapan aja dan oleh siapa saja. Apalagi sempat ya beberapa waktu lalu pengunjung membludak, itu kadang banyak pengunjung yang ga dapat informasi gimana cara daftar untuk bisa masuk ke taman, atau bahkan sampai sempat ya Tebet Eco Park ini tutup, itu ada aja yang datang tapi ga dapat infonya gitu.”</i></p> <p>Agung : <i>“Tentu dong, kemudahan tentunya ada ya. Karena kan Instagram ini bisa menjangkau banyak orang, apalagi sekarang ini banyak sekali masyarakat kita yang sudah paham teknologi . Jadinya mereka ga perlu bingung cari info tentang Tebet Eco Park, bisa cari di Instagram dan bisa langsung tanya-tanya dengan aku, mimin Temantaman.jkt. Jadi lama kelamaan masyarakat juga akan banyak yang tahu, oh ternyata di Jakarta juga ada taman yang bisa dikunjungi,</i></p>	
--	--	---	--

		<i>bersih juga. Jadi kalau weekend ga perlu jauh jauh ke luar kota.”</i>	
--	--	--	--

C.Hasil Penelitian Mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram @temantaman.jkt sebagai Media Komunikasi Dinas Pertamanan DKI Jakarta Pada Tebet Eco Park menggunakan SOME (*Share, Optimize, Manage & Engage*) oleh Luttrell

No	Pertanyaan	Jawaban	Kategori
1	Bisa dijelaskan kak, apa itu Temantaman Jakarta?	<p>Agung: <i>“Temantaman.jkt merupakan sebuah media yang membagikan informasi kepada masyarakat mengenai fasilitas, komunitas serta hal hal menarik lainnya yang dapat ditemui di Ruang Terbuka Hijau (RTH) Jakarta. Nah, melalui edukasi, kolaborasi, dan aktivasi yang dilakukan Temantaman.jkt harapannya kehadiran RTH ini seperti Tebet Eco Park, mampu membantu warga kota tergugah untuk bersama menjadikan ruang publik menjadi tempat yang hidup dan menyenangkan untuk di kunjungi di waktu senggang. Intinya TTJ (Temantaman.jkt) hadir untuk memberikan informasi, bahwasanya ada RTH yang bisa mereka nikmati, mereka tempati untuk menjadi tempat yang menyenangkan salah satunya Tebet Eco Park”</i></p> <p>Desi: <i>“Akun media sosial instagram @temantaman.jkt ini diaktivasi pada Januari tahun 2019 lalu. Tujuan awal dilakukan pengaktifan media sosial Instagram @temantaman.jkt yaitu sebagai media komunikasi & penyebaran informasi khususnya pada Tebet Eco Park. Namun, @temantaman.jkt juga ada tujuan lain yaitu, mengenalkan Ruang Terbuka Hijau kepada masyarakat dan melakukan edukasi</i></p>	Komponen Share

		<i>pentingnya menjaga lingkungan pada pengguna Instagram khususnya warga DKI Jakarta. Aktivasi media sosial ini adalah upaya kita untuk menyediakan saluran kritik dan saran bagi masyarakat. Misalkan jika ada pengaduan terkait taman atau pun permohonan izin penggunaan Tebet Eco Park bisa kita bantu informasikan.”</i>	
	Apa itu Tebet Eco Park?	Tio: <i>“Tebet Eco Park adalah sebuah taman yang terletak di Tebet, Jakarta Selatan. Taman tersebut adalah tempat populer untuk hiburan, sosialisasi dan rekreasi untuk masyarakat sekitar. Taman ini sempat ditutup untuk revitalisasi pada 2021 dan kembali dibuka pada 2022”</i>	Komponen Share
2.	Apa yang kakak admin lakukan untuk <i>share</i> informasi ke target khalayak? Kontennya seperti apa?	Tio: <i>“Untuk tahap <i>share</i> kita melakukannya dengan membagikan postingan berupa Feed maupun Insta-story. Beberapa waktu lalu kan Tebet Eco Park sempat ditutup ya, waktu itu kita informasikan itu di akun Instagram, tetapi memang selama penutupan kita tidak ada buat konten mengenai Tebet Eco Park, namun kita sudah siapkan informasi waktu itu Tebet Eco Park dibuka kembali”</i> Desi: <i>“Konten yang dibagikan di akun @temantaman.jkt mengenai Tebet Eco Park terbagi menjadi dua kategori, yaitu konten berita dan edukasi. Konten berita bertujuan untuk menginformasikan pengikut tentang Tebet Eco Park sedangkan konten edukasi berisi informasi tentang penerapan gaya hidup sehat dengan mengunjungi Tebet</i>	Komponen Share

		<i>Eco Park dan kesadaran untuk menjaga kebersihan lingkungan.”</i>	
3.	Apakah ada perencanaan terlebih dahulu kak sebelum membuat postingan? Atau langsung post begitu saja?	<p>Agung: <i>“... kita memang dibuat strategi komunikasinya. Itu memang sudah diatur. Jadi sebenarnya kita punya akun media sosial lain seperti Youtube, TikTok juga tetapi memang fokus di Instagram karena Instagram ini punya fitur yang lebih banyak dibanding media sosial lain. Yang tentunya kita sangat terbantu dalam berkomunikasi dengan adanya fitur fitur itu.</i></p> <p>Desi: <i>“Untuk ini tentu kita ga langsung pos-post gitu aja ya. Pastinya ada dong tahapannya. Kita dapat materi dari dinas pertamanan DKI Jakarta, lalu kita akan oleh materi tersebut dengan hunting langsung dilapangan. Pengemasannya kita buat semenarik mungkin, dengan gambar ataupun video pendek. Tapi tetap menggunakan tag, mention dan juga hashtag. Setelah kita posting kita cek juga nih insight postingannya, supaya ketika nanti ada konten lagi kita bisa perbaiki kekurangan kita dan memaksimalkan informasi yang dibagikan supaya lebih banyak masyarakat yang tahu Tebet Eco Park dan datang berkunjung.”</i></p>	Share
4.	Bagaimana cara kalian membangun kepercayaan publick atau pengikut?	<p>Dinda: <i>“Dalam menjalankan pengelolaan media sosial, kami selalu berusaha untuk membagikan informasi yang terpercaya. Sumber informasi yang digunakan selalu valid, karena kami melakukan kunjungan langsung ke Tebet Eco Park untuk membuat konten-konten tersebut. Selain itu,</i></p>	Komponen Share

		<p>ketika ada pengikut yang memberikan keluhan atau masukan di kolom komentar tentang kondisi taman yang kurang bersih atau butuh perbaikan, kami dengan cepat menanggapi dan memberikan tanggapan, serta berjanji untuk menindaklanjuti laporan tersebut kepada pihak terkait. Hal ini dilakukan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap @temantaman.jkt dan untuk menunjukkan bahwa mereka benar-benar berupaya untuk bersama-sama menjaga dan merawat Tebet Eco Park”.</p> <p>Agung: “Caranya kita selalu bagikan informasi yang terpercaya. Misalkan nih kita posting tentang Tebet Eco Park, kita kasih nih info lokasi detail nya dimana, terus kadang kita juga kasih info gimana sejarah taman itu dulunya dan apa saja yang ada ditaman. Jadi sumbernya valid, karena kita yang terjun langsung ke lapangan untuk buat kontennya.”</p>	
5	Apakah ada langkah yang dilakukan kak untuk bisa mengoptimalkan informasi mengenai Tebet Eco Park di akun @temantaman.jkt?	<p>Tio: “Kami memahami pentingnya mengoptimalkan pesan yang disampaikan melalui media sosial Instagram. Kami menyusun konten yang menarik dan informatif tentang fasilitas, komunitas, dan keindahan Tebet Eco Park dengan mempertimbangkan karakteristik Instagram sebagai platform visual dan audiovisual. Kami juga menyajikan konten edukasi tentang pentingnya menjaga lingkungan terutama di Tebet Eco Park, serta informasi tentang</p>	Komponen Optimize

		<p>satwa kota yang ada Tebet Eco Park.”</p> <p>Agung :</p> <p>“Ya, kita ada konten khusus membahas Tebet Eco Park, mulai dari informasi pada saat dulu pernah sempat ditutup ya, sampai dibuka kembali. Kita informasikan progress revitalisasinya, Flora dan Satwa yang ada di TEP, Zona di TEP yang bisa dikunjungi oleh warga DKI Jakarta dan konten edukasi menjaga lingkungan taman juga kita bagikan. Dan kita punya highlight khusus di akun @temantaman.jkt untuk Tebet Eco Park, dimana taman lain belum ada highlight yang kami buat secara khusus, jadi baru untuk TEP saja. Dan kita ada sub-akun juga dari @temantaman.jkt khusus bahas tentang TEP yaitu akun Instagram @tebetecopark.”</p>	
6	<p>Ada fitur Instagram tertentu tidak kak yang digunakan dalam mengoptimalkan pengelolaan @temantaman.jkt untuk Tebet Eco Park?</p>	<p>Tio:</p> <p>“Kami belum memaksimalkan penggunaan tools tertentu sih, jadi untuk mengetahui siapa yang berinteraksi dengan akun kita dan apa yang sedang dibicarakan, kami menggunakan hashtag dan mention manual”.</p>	<p>Komponen Optimize</p>
7	<p>Apakah ada jadwal dalam pengunggahan konten kak? Jika iya bisa dijelaskan</p>	<p>Tio :</p> <p>“Tentunya ada jadwal yang sudah dipersiapkan, pada umumnya jadwal pengunggahan konten 2x didalam satu minggu, terkecuali ada hari-hari besar yang berketerkaitan dengan taman seperti contoh “Hari Bumi” dan adanya kolaborasi dengan SKPD lain mengenai Tebet Eco Park. Dan khusus untuk sabtu/minggu diadakan repost Instagram Stories untuk beberapa pengunjung TEP yang unggahannya menarik”</p>	<p>Komponen Optimize</p>

		<p>Agung : <i>“Ada.. Tetapi memang ga setiap hari ya, kalau untuk insta-story itu setiap hari, kita biasa naikkan lagi konten Tebet Eco Park yang sudah pernah diposting, biar pengikut kita tidak lupa”</i></p>	
8	Dalam manage akun @temantaman.jkt langkah apa saja yang dilakukan?	<p>Dinda: <i>“Pengelolaan media sosial @temantaman.jkt dijalankan dengan baik. Kami menyadari bahwa perbincangan di media sosial dapat berlangsung dengan cepat, sehingga telah menyiapkan strategi "manage" untuk merespon hal-hal yang terjadi di media sosial dengan cepat. Respons cepat kami terhadap pertanyaan, tanggapan, dan feedback dari pengikut @temantaman.jkt.”</i></p> <p>Agung : <i>“Kami melakukan media monitoring Instagram dengan menggunakan Instagram insight dan dilaporkan satu bulan sekali yang berbentuk catatan laporan biasa”</i></p>	Komponen Manage
9	Khusus untuk konten mengenai Tebet Eco Park apakah ada laporan secara khusus kaka tau misalkan pernah hitung berapa banyak komentar dan suka pada postingan TEP?	<p>Tio: <i>“Perihal komentar dan jumlah repost saya pribadi tidak pernah menghitung berapa banyaknya, hanya melihat dari engagement rate untuk di laporkan perbulan”</i></p> <p>Agung : <i>“Kita sebisa mungkin segera merespon komentar yang masuk mengenai Tebet Eco Park di @temantaman.jkt, baik itu Direct Messages juga. Tapi memang tidak bisa kami pastikan tanggapan yang kami berikan disaat yang bersamaan, karena kita memberi tanggapan secara manual, tidak ada template khusus.”</i></p>	Komponen Manage

10	Untuk real-time interaction, pernah tidak kak terjadi interaksi yang benar-benar waktu ada komentar masuk langsung saat itu juga dijawab?	<p>Tio: <i>“Beberapa waktu lalu pada saat peresmian Tebet Eco Park, itu dihadiri oleh bapak Anies Baswedan dan itu kita lakukan secara live di akun instagram @temantaman.jkt. Disana komentar atau pun pertanyaan yang masuk pada saat live, kita jawab saat itu juga, itu aja sih”.</i>“Kalau itu memang selalu saya usahakan, namun lebih sering tertunda membalas pertanyaan sih, karena kadang lagi dilapangan (Tebet Eco Park), atau ada hal lain”</p> <p>Agung : <i>“Kalau yang benar-benar saat itu juga agak sulit ya, karena kadang kalau ada pertanyaan masuk kita ada jeda untuk membalas, ya paling kalau kita lagi Live Instagram aja sih, tetapi memang jarang sekali, itu pernah pada saat pembukaan Tebet Eco Park”</i></p>	Komponen Manage
11	Apakah @temantaman.jkt pada Tebet Eco Park sudah pernah bekerjasama dengan influencer kak?	<p>Agung : <i>“Kalau influencer, sejauh ini sepengetahuan aku belum ada ya, seingat aku. Yang ada itu justru bersama sesama dinas, dinas DSDA yaitu selama sumber daya air, akun Instagram nya @sobatair. Itu kita selalu collab, hampir tiap bulan collab. Ini branding juga sama, dari pak Anies. Ada juga seperti Akun Instagram DKI dan akun-akun seputaran Jakarta lainnya. I lagi, kita juga collab dengan @periplusid dan @jakartabookhive yang menyediakan ruang baca di salah satu taman. Disana, pengunjung bisa meminjam dan menyumbangkan buku dipocket library yang tersedia ditaman ini.</i></p>	Komponen Engage

		<p><i>Dan tentunya juga menggandeng tokoh pemerintah, seperti bapak Anies Baswedan ketika peresmian taman-taman di DKI.”</i></p> <p>Tio : <i>“Kalau mengundang influencer khusus untuk TEP kita belum ada sih, tapi pada saat peresmian Tebet Eco Park kita buat konten dimana bapak Anies Baswedan menghadiri peresmian tersebut. Jadi kalau untuk model professional sih engga, belum ada”</i></p>	
12	<p>Untuk target audiens dari @temantaman.jkt ini khusus nya pada Tebet Eco Park siapa?</p>	<p>Desi : <i>“Target audiens kita tentu warga DKI Jakarta ya khususnya, untuk semua kalangan usia. Karena memang mereka lah yang tentunya langsung bisa berkunjung lebih dekat ke RTH yang telah disediakan. Karena Tebet Eco Park ini taman yang ramah anak, untuk remaja ada pocket library dan untuk dewasa bisa digunakan untuk bersantai.”</i></p> <p>Tio : <i>“Untuk target kita sebenarnya semua lapisan masyarakat di DKI Jakarta ya, tidak ada patokan usia tertentu. Karena memang mereka lah yang tentunya langsung bisa berkunjung lebih dekat ke Tebet Eco Park. Jadi mulai dari anak-anak untuk jadi taman bermain bisa, untuk kaum millennial bisa juga nih untuk sekedar melepas penat, untuk dewasa juga bisa jadi ga perlu jauh jauh pergi ke luar kota ya, Jakarta sudah sediakan.”</i></p>	<p>Komponen Engage</p>
13	<p>Lalu supaya bisa meraih target audiens nya apa langkah yang dilakukan?</p>	<p>Agung : <i>“Kami @temantaman.jkt berusaha aktif dan hadir dalam percakapan di kolom komentar postingan. Langkah yang kami lakukan yaitu menggunakan</i></p>	<p>Komponen Engage</p>

		<p><i>narasi positif dan humanis, seperti keterangan gambar dalam konten Instagram tidak selalu menggunakan Bahasa formal, jadi tidak terlalu baku. Karena kadang masyarakat lebih senang dengan Bahasa yang santai namun tetap sopan dan mudah dipahami.”</i></p> <p>Tio: <i>“Kegiatan yang kami lakukan dalam meraih perhatian pengikut Instagram lebih banyak yaitu dengan membuat konten Give Away. Give Away tersebut berupa lomba foto dan kuis di Tebet Eco Park. Kuis yang kami buat juga diupayakan beragam namun tetap menggunakan visual dan mampu menjalin ketertarikan dan keterikatan dengan publiknya”</i></p>	
--	--	--	--