

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Founder:

1. Bagaimana awal berdirinya Urban Cikarang?
2. Berasal dari mana informasi yang di posting di akun instagram @urbancikarang?
3. Apakah pemerintahan kabupaten Bekasi mengetahui keberadaan Urban Cikarang?
4. Apakah dalam setiap posting ada jadwal tertentu?
5. Apa tanggapan Anda terhadap orang yang suka memberikan komentar negatif di akun instagram @urbancikarang?
6. Akun instagram @urbancikarang kenapa tidak di privat. Agar lebih selektif
7. Bagaimana mengatur konten yang akan di posting di akun instagram @urbancikarang?
8. Bagaimana awal cerita akun instagram @urbancikarang membuka slot untuk iklan?
9. Bagaimana Urban Cikarang dapat bekerja sama dengan penyelenggara event?
10. Untuk Urban Cikarang sendiri kan bergerak di lima akun yang berbeda. Apakah ada pengemasan yang berbeda untuk setiap postingan di lima akun?
11. Mengapa di postingan akun instagram yang dulu dan sekarang terdapat perbedaan yang mencolok?

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Diskominfo Kab. Bekasi:

1. Bagaimana penyebaran informasi di kabupaten Bekasi?
2. Selain Urban Cikarang, adakah akun instagram lain yang menjadi anak binaan diskominfo?
3. Bagaimana kontrol diskominfo terhadap akun berbasis lokasi yang tidak konsisten dan menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya?

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Akademisi:

1. Apa pengertian *new media* menurut Anda?
2. Apa karakter *new media* menurut Anda?
3. Apa pengaruh keberadaan akun instagram berbasis lokasi di sebuah kota atau kabupaten?
4. Tanggapan Anda terhadap menjamurnya akun berbasis lokasi yang tidak konsisten dalam menyebarkan informasi?
5. Kenapa instagram dianggap lebih efektif dalam penyampaian informasi?
6. Apa yang harus dilakukan admin akun berbasis lokasi terhadap komentar *followers* yang kurang baik?

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Followers Pemilik usaha:

1. Nama usaha?
2. Jenis usaha?
3. Alamat?
4. Deskripsi singkat usaha yang dijalani?
5. Apa yang Anda ketahui tentang @urbancikarang?
6. Alasan memilih akun @urbancikarang sebagai media promosi?
7. Sudah berapa lama menjadikan akun @urbancikarang sebagai media promosi?
8. Selain menggunakan @urbancikarang sebagai media promosi, apakah ada akun berbasis lokasi atau komunitas yang digunakan?
9. Bagaimana sistem kerja sama promosi di @urbancikarang?
10. Selain instagram, apakah menggunakan *social media* lain sebagai media promosi?
11. Alasan memilih @urbancikarang sebagai media promosi padahal *followers* akun instagram Throwback Coffe sendiri sudah lebih dari empat ribu?
12. Alasan memilih melakukan promosi di *social media*?

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Followers:

1. Seberapa sering Anda menggunakan *social media*?
2. Berapa lama perkiraan total waktu yang Anda habiskan untuk menggunakan *social media* dalam sehari?
3. Sudah berapa lama menggunakan *social media* instagram?
4. Intensitas mengakses instagram dalam sehari?
5. Sudah berapa lama follow akun instagram @urbancikarang?
6. Apa yang anda ketahui tentang akun instagram @urbancikarang?
7. Apa alasan mengikuti akun @urbancikarang?
8. Informasi apa yang diberikan oleh akun instagram @urbancikarang?
9. Informasi apa yang paling menarik dan ditunggu dari akun instagram @urbancikarang?
10. Apa tanggapan Anda mengenai keberadaan akun instagram @urbancikarang?
11. Perubahan dan perbaikan apa yang sudah dilakukan akun instagram @urbancikarang dari waktu ke waktu yang kamu ketahui?
12. Selain @urbancikarang, akun instagram berbasis lokasi apa yang kamu ikuti di instagram?
13. Seberapa besar pengaruh akun *social media* berbasis lokasi dalam menyebarkan informasi di sebuah kota/kabupaten?

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber : Fajar Ardiansyah Subais, S.Kom

Lokasi wawancara : Aula SMK Negeri 2 Cikarang Barat

Tanggal wawancara : 26 Juli 2018

1. Bagaimana awal berdirinya Urban Cikarang?

Dulupertama kali 2011 berawal dari hobi traveling, di tiap kota ada akun informasi di bekasibelum ada. Ada tapi kurang terurus, buata kuncu mabiar tren, hanya membuat lapak duluan. Dulubloger cikarang. Ketika blogger mulai turun, kenapa saya tidak buata kuncu informasi di cikarang karena saya akan tau daerah sini.

Sebelum memilih nama urban cikarang sempat kesulitan untuk menentukan nama, punya teman di tangerang akhirnya bikin urban cikarang dan urban serpong. Namu saat ini urban serpong sudah menjadi PT karena dikelola dengan serius. Urban cikarang tetap komit pada media komunitas atau jurnalisme warga.

Awal main di twitter dan blog. FB dan IG baru 2015. Ketika twitter penggunaannya mulai menurun secara global kita buat trik agar tetap dibaca dan sampai ke masyarakat buka fb dan ig.

Sejak 2015 sampai pertengahan 2015 urban cikarang menampilkan progres yang bagus terutama di instagram sampai merupakan media komunitas paling tinggi di cikarang.

2. Berasal dari mana informasi yang di posting di akun instagram @urbancikarang?

Informasi yang diperoleh Urban Cikarang terbagi menjadi dua, yaitu 60% informasi pasif (dari masyarakat tapadanya, verifikasi, publish), dan 40% informasi aktif (dari admin sendiri yang tau info dan dialami). Untuk admin sendiri terdiri dari tiga orang, yaitu founder dan istri, satu orang anggota kepolisian. Untuk memverifikasi info yang diperoleh dari masyarakat dibagikan melalui grup whatsapp yang terdiri dari para kontributor dari beberapa wilayah di Cikarang.

3. Apakah pemerintahan kabupaten Bekasi mengetahui keberadaan Urban Cikarang?

Pada tahun 2013 pemdaml melihat Urban Cikarang terutama DISKOMINFO. Kemudian membuat proyek bersama wifikeliling, menjadi narasumber di pemdabidang IT. Puncaknya 2014 digandeng sebagai media center mengelola pemberitaan porda, IT, medali, sampai merekrut volunteer dan mengelola website.

Pas tahun 2013 itu pemdaml lihat nih ada Urban Cikarang teruatam dari DISKOMINFO. Awal ngundang itu mereka nanya apa yang bisa dilakukan Urban Cikarang, terus buat proyek bareng kayak wifikeliling, terus kita juga

jadi narasumber di pemdabidang IT, terus Urban Cikarang jugajaditimteknis. Puncaknya itu pas 2014 digandengjadi media center mengelolapemberitaanporda, IT, medal, sampeimerekrut volunteer. Pas tahun 2015, waktu TIK award event DISKOMINFO kelompok media komunitas di Jabar.Urban Cikarangkepilihjadiperwakilankab. Bekasi dan lolos sampai lima besar, Sampe sekarang Urban Cikarang menjadi anak binaan Pemda DISKOMINFO.Malah pas tahun 2016 sampesekarangdiperceyabuatsain logo HUT kabupatenBekasi.

4. Apakah dalam setiap posting ada jadwal tertentu?
Kita posting ga dipatok sih seharusnya berapa, misal sehari ada dua ya kita posting dua. Malahan pernah kita sehari ga posting apa-apa.

5. Apa tanggapan Anda terhadap orang yang suka memberikan komentar negatif di akun instagram @urbancikarang?
*Followers akun instagram @urbancikarang kan majemuk ya, ga semuanya warga Cikarang. Karena kalo diliat insectnya emang Cikarang paling besar, tapi ada juga dari Bekasi, Karawang, Jakarta, juga Bogor. Tipe-tipe pembaca kan juga macem-macem. Ada yang silence rider, aktif rider, tapi yang paling banyak biasanya alay rider. Dibaca ngga, tapi komentarnya kemana-mana. Kalo banyak yang like atau komen itu tergantung postingannya apa.
Setiap kali kita posting informasi, pasti ada aja sih yang komentar nyeleneh. Kaya kemaren ada tu, berita tentang kecelakaan tunggal begal. Sebenarnya kita udah tau duluan itu begal yang kecelakaan, tapi kan tunggu dulu pers realese dari polisi, baru kita posting. Giliran kita posting kalo yang kecelakaan itu begal, rame tuh pada komen "ah adminnya telat nih", atau apalah banyak banget. Sama postingan yang kecelakaan kereta. Cuma gara-gara istilah asing yang jarang dipake, kata "temper" rame udah tu yang komen macem-macem. Padahal kan kita maksudnya edukasi masyarakat pelan-pelan coba pake bahasa Indonesia yang baik dan benar. Bukannya searching artinya apa, ini malah komentar yang ngga-ngga, habit dari orang Cikarang itu maunya disuapin.*

6. Akun instagram @urbancikarang kenapa tidak di privat. Agar lebih selektif yang menjadi followers dan komentar negatif dapat dikurangi.
Kenapa ga di gembok aja? Kan kita ini akun informasi masyarakat, jadi sengaja ga digembok biar orang yang ga follow pun masih bisa liat. Kalo buat kontrol yang suka komen-komen nyeleneh kita pake kaya sejenis sistem aplikasi pengaman berbayar tiap bulan gitu. Jadi selain buat pengaman akun biar ga di hack, juga bisa buat kontrol komentar. Kalo akun di blok ngga sih. Kita gapernah blokir akun. Biasanya, sekali komen negatif kita hapus komentarnya, sampe tiga kali kita hapus. Kalo lebih dari tiga kali dia otomatis di blok komennya. Jadi bisa liat dan baca, tapi gabisa komentar.

Selain itu, kita juga mulai nambahin tuh di caption tentang pedoman berkomentar. Harapannya sih followers bisa komentar yang bener-bener.

7. Bagaimana mengatur konten yang akan di posting di akun instagram @urbancikarang?

Kaya yang tadi udah saya bilang ya, kan info di @urbancikarang itu ada 60% info pasif sama 40% info aktif. Sebenarnya dalam sehari itu yang kasih info ke kita itu kebanyakan ada tiga hal, kehilangan, kecelakaan, ama kriminal. Sehariitu bias adatujuh info kehilangan, itu banyak banget. Tapi ga ga semuanya kita posting. Kita sortir lagi. Kan salah satu misi adanya @urbancikarang itu selain buat edukasi masyarakat cikarang khususnya yang dimulai dari budaya komentar yang baik, sama ngangkat pariwisata dan citra Cikarang, kan followers @urbancikarang macem-macem. Cikarang juga kan isinya majemuk, udah campur-campur ada yang dari perantauan. Makanya sekarang kita itu lagi lebih ngangkat ke kuliner sama pariwisatanya, jadi kurang-kurangi berita kriminal, kecelakaan, ama kehilangan.

8. Bagaimana awal cerita akun instagram @urbancikarang membuka slot untuk iklan?

Jadi, admin dari @urbancikarang kan semuanya pekerja ya punya kesibukan sendiri. Kaya saya sama istri kan juga kerja, sama satu lagi kan juga anggota kepolisian, jadi emang ga cari makan di @urbancikarang. Awal berdiri kita itu kan gabuka slot iklan, jadi untuk uang pulsa dan lain-lain kita pake uang sendiri. Tapi lama kelamaan tekor juga. Akhirnya lama-lama pas followersnya udah lumayan banyak, banyak tuh pengusaha di Cikarang pada minta pasang iklan di @urbancikarang. Akhirnya kita buka slot iklan, tapi dibatasi Cuma sampe uang pulsa dan lain-lain tercukupi. Jadi ga over, kan aneh aja ntar kalo isinya malah jadi iklan semua.

9. Bagaimana Urban Cikarang dapat bekerja sama dengan penyelenggara event?

Kalo event kan kita juga udah jadi anak binaan pemda, jadi kalo ada event kita share atau malah kaya pas porda kemaren kan kita yang urus semuanya. Tapi kalo event lain kita ada namanya media partner. Nah media partner itu ada yang full partner sama semi barter

10. Untuk Urban Cikarang sendiri kan bergerak di lima akun yang berbeda. Apakah ada pengemasan yang berbeda untuk setiap postingan di lima akun social media tersebut?

Kita kanemangawalnnyadariblogersama twitter, terusbaru kefacebook samainstagram. Yang terbaru itu youtube. Di tiap postingankitasamasebenarnya, Cuma pengemasannya aja beda. Kaya misal penyesuaian penggunaan gaya bahasa, kan biar masyarakat dari berbagai elemen dapat memahami dan menyerap informasi yang disampaikan. Contohnya kan jenjang pendidikan penggunainstagram samafacebook beda. Anak SD aja udah pada main facebook. Makanya kalo buat di facebook kita buat lebih simple.

11. Mengapa di postingan akun instagram yang dulu dan sekarang terdapat perbedaan yang mencolok?

Sekarang Urban Cikarang sudah banyak perubahannya, yang mulaidarinambahin pedoman berkomentar, kitajugasekarang di setiap postingan berita ada hide linenya. Biar jadi lebih menarik aja. Sama adalagikalobuat video sekarang kitapakeaplikasi berbayar, jadi watrermarknyabisapakenama Urban Cikarang. Kita dulu pas masih baru gini. Cuma pernah tufotosamaberitakita di copastanpanyantumin sumbernya, terus yang bersangkutan ngiranya Urban Cikarang yang nyebaringitudanmerasakeberatan. Yasejaka saatitukitamuraicobapelan-pelan ubahdesain biar info yang gampang di copas samapihak yang gabertanggungjawab.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber : Ibu Mitha, Kabag Diseminasi DISKOMINFO

Lokasi wawancara : DISKOMINFO Kabupaten Bekasi

Tanggal wawancara : 31 Juli 2018

1. Bagaimana penyebaran informasi di kabupaten Bekasi?

Dalam menyebarkan informasi di pemerintahan Kabupaten Bekasi, selama ini selain menggunakan media konvensional seperti LPP (Lembaga Penyiaran Publik) radio Wibawamukti, pemerintahan Kabupaten Bekasi juga bekerja sama dengan KIM (Komunitas Informasi Masyarakat. Tugas pemerintah untuk membina komunitas tersebut agar sejalan dengan program-program pemerintah, dan mereka mendapatkan informasi yang balance. Urban Cikarang termasuk dalam anggota KIM dan sudah menjadi anak didik pemda. Diharapkan KIM dapat menyampaikan informasi yang benar dan balance kepada masyarakat.

2. Selain Urban Cikarang, adakah akun instagram lain yang menjadi anak binaan diskominfo?

Sebetulnya KIM di kabupaten Bekasi itu banyak. Tapi balik lagi kan KIM sendiri muncul karena inisiatif masyarakat ingin ada wadah informasi. Tapi ya itu KIM itu hilang satu muncul satu gitu terus. Tapi yang masih komitmen sampai sekarang ya salah satunya Urban Cikarang sama yang di Cibarusah.

3. Bagaimana kontrol diskominfo terhadap akun berbasis lokasi yang tidak konsisten dan menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya?

Keberadaan akun-akun informasi seperti itu kan datang pergi ya. Ada yang tetap komit seperti tujuan awal, ada juga yang hanya ikut-ikutan. Selama ini sih tidak ada keluhan dari masyarakat. Jadi kita belum bertindak apa-apa. Untuk informasi yang belum jelas kebenarannya, diharapkan masyarakat lebih aktif yah, jadi sering follow up aja ke pemerintah atau memastikan sendiri kebenarannya di TKP.

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber : Riza Darma Putra, M.Ikom
Lokasi wawancara : Universitas Pancasila Jakarta
Tanggal wawancara : 28 Juli 2018

1. Apa pengertian *new media* menurut Anda?
Definisi new media adalah sebuah bentuk media yang berbeda dengan media konvensional, yang menggunakan format baru, alat-alat baru yang berbasis digital dan internet (internet platform), dan bersifat terkoneksi
2. Apa karakter *new media* menurut Anda?
Karakter new media ya jelas ya dia terkoneksi, terbuka, berbasis TI dan cair.
3. Apa pengaruh keberadaan akun instagram berbasis lokasi di sebuah kota atau kabupaten?
Penggunaan instagram sebagai media informasi membuat seseorang lebih mudah mendapatkan informasi, karena sangat mudah diakses terutama oleh generasi milenial. Pembuatan akun instagram berbasis lokasi sebaiknya menyajikan informasi yang mengedukasi, informatif, dan menghibur
4. Tanggapan Anda terhadap menjamurnya akun berbasis lokasi yang tidak konsisten dalam menyebarkan informasi?
Itu balik lagi ke pemilik akun ya. Dari awal pembuatan akun tujuannya apa. Jadi memang seorang pemilik akun memiliki kontrol penuh terhadap akun yang dia buat. Apakah akan komitmen atau hanya ikut-ikutan saja.
5. Kenapa instagram dianggap lebih efektif dalam penyampaian informasi?
Instagram itu kan berbasis gambar dan suara kan. Jadi orang kan lebih mudah nerima. Lagi pula kan dia itu sederhana ya. Sekarang hampir semua orang main instagram buat ajang esistensi diri.
6. Apa yang harus dilakukan admin akun berbasis lokasi terhadap komentar *followers* yang kurang baik?
Balik lagi tadi, kan admin punya kontrol penuh. Tindakannya bisa pelan-pelan dulu kaya kasih edukasi dulu, kalo ga mempan ya bisa di blokir.

TRANSKRIP WAWANCARA

(owner Throwback Coffe)

Narasumber : Riza

Lokasi wawancara : Throwback Coffe

Tanggal wawancara : 30 Juli 2018

1. Nama usaha?
Throwback Coffe
2. Jenis usaha?
Restaurant, cafe
3. Alamat?
JalanCilemahAbang Raya T1 No. 8E Jababeka
4. Deskripsi singkat usaha yang dijalani?
Throwback Coffe adalah sebuah restaurant coffe shop industrial, yang didirikan untuk serve lingkungan sekitar agar masyarakat Cikarang ada pilihan untuk hangout selain brand-brand terkenal seperti McDonald, KFC, dan restoran fast food lainnya.
5. Apa yang Anda ketahui tentang @urbancikarang?
@urbancikarang merupakan akun informasi masyarakat Cikarang yang terdiri dari berbagai informasi mulai dari kuliner hingga event.
6. Alasan memilih akun @urbancikarang sebagai media promosi?
Sebelum pake @urbancikarang sempet pake @kulinercikarang, tapi akunnya kena hack jadi pindah ke @urbancikarang. @urbancikarang sebagai media promosi yaitu satu-satunya akun yang hingga saat ini masih komitmen selain itu jumlah followers juga cukup banyak dan dampaknya sangat terasa
7. Sudah berapa lama menjadikan akun @urbancikarang sebagai media promosi?
Sejak awal Throwback Coffe ada sih. Oktober besok udah dua tahun?
8. Selain menggunakan @urbancikarang sebagai media promosi, apakah ada akun berbasis lokasi atau komunitas yang digunakan?
Belum ada. Soalnya di Cikarang dia followersnya paling banyak, dan Cuma dia sih sampe saat ini yang masih komit sama kontennya.
9. Bagaimana sistem kerja sama promosi di @urbancikarang?
Kita gada sistem kontrak sih, kalo mau promo aja baru sama dia di post. Terus kalo udah lima harian baru dihapus.
10. Selain instagram, apakah menggunakan social media lain sebagai media promosi?
Ngga sih, kita akun facebook ada tapi gapernah prom.
11. Alasan memilih @urbancikarang sebagai media promosi padahal followers akun instagram Throwback Coffe sendiri sudah lebih dari empat ribu?
Biar makin berkembang aja sih.
12. Alasan memilih melakukan promosi di social media?

Emmm..kan sekarang udah zamannya new media dimana semua orang mulai beralih dari media lama. Lagipula biaya buat promo di instagram ga sebesar

promo manual, tapi impactnya berasa. Sebelum pake @urbancikarang sempet pake @kulinercikarang, tapi akunnya kena hack jadi pindah ke @urbancikarang. Lagian kalo dibandingin sama akun berbasis lokasi lain, menurut gue @urbancikarang satu-satunya akun yang sampe sekarang ini masih komitmen, jumlah followers juga mayan banyak.



TRANSKRIP WAWANCARA

(*Followers*)

Narasumber : Musab Abdullah Almustakbal

Lokasi wawancara : KFC Metland Tambun

Tanggal wawancara : 24 Juli 2018

1. Seberapa sering Anda menggunakan *social media*?
Cukup sering
2. Berapa lama perkiraan total waktu yang Anda habiskan untuk menggunakan *social media* dalam sehari?
Emm sekitar satu sampai 3 jam sehari.
3. Sudah berapa lama menggunakan *social media* instagram?
Udah 3 tahunan sih kayanya.
4. Intensitas mengakses instagram dalam sehari?
Cukup sering
5. Sudah berapa lama follow akun instagram @urbancikarang?
Satu sampai 2 tahunan
6. Apa yang anda ketahui tentang akun instagram @urbancikarang?
Menurut gue akun instagram yang menghadirkan informasi apa aja yang sedang terjadi di Cikarang dan sekitarnya.
7. Apa alasan mengikuti akun @urbancikarang?
Karena urban cikarang selalu menghadirkan informasi apa yang sedang terjadi di Cikarang.
8. Informasi apa yang diberikan oleh akun instagram @urbancikarang?
Kecelakaan, event, kuliner sih
9. Informasi apa yang paling menarik dan ditunggu dari akun instagram @urbancikarang?
Kuliner dan tempat nongkrong yang asik dan murah meriah.
10. Apa tanggapan Anda mengenai keberadaan akun instagram @urbancikarang?
Sangat membantu untuk menambah informasi.
11. Perubahan dan perbaikan apa yang sudah dilakukan akun instagram @urbancikarang dari waktu ke waktu yang kamu ketahui?
Pembuatan artikel yang semakin menarik.
12. Selain @urbancikarang, akun instagram berbasis lokasi apa yang kamu ikuti di instagram?
Ga ada.

13. Seberapa besar pengaruh akun *social media* berbasis lokasi dalam menyebarkan informasi di sebuah kota/kabupaten?
Cukup berpengaruh.

TRANSKRIP WAWANCARA

(*Followers*)

Narasumber : Reza Ananda Yusuf

Lokasi wawancara : McD Cibitung

Tanggal wawancara : 26 Juli 2018

1. Seberapa sering Anda menggunakan *social media*?
Sering
2. Berapa lama perkiraan total waktu yang Anda habiskan untuk menggunakan *social media* dalam sehari?
Kayanya sih tiga sampai enam jam sehari.
3. Sudah berapa lama menggunakan *social media* instagram?
Udah empat tahunan
4. Intensitas mengakses instagram dalam sehari?
Sering
5. Sudah berapa lama follow akun instagram @urbancikarang?
Dua sampai tiga tahunan lah ada
6. Apa yang anda ketahui tentang akun instagram @urbancikarang?
Pengembangan dari akun (@urbancikarang) social media twitter yang menyediakan informasi seputar kabupaten Bekasi, dengan dukungan peminatan masyarakat yang beralih ke instagram.
7. Apa alasan mengikuti akun @urbancikarang?
Menambah informasi seputar kabupaten Bekasi dengan cepat dan cukup menghibur karena desain artikel yang dibuat sangat menarik.
8. Informasi apa yang diberikan oleh akun instagram @urbancikarang?
Kriminal, bisnis, politik, event, ama segala hal tentang Cikarang Bekasi.
9. Informasi apa yang paling menarik dan ditunggu dari akun instagram @urbancikarang?
info event sih kalo gue
10. Apa tanggapan Anda mengenai keberadaan akun instagram @urbancikarang?
Membantu untuk mempercepat mengetahui informasi.

11. Perubahan dan perbaikan apa yang sudah dilakukan akun instagram @urbancikarang dari waktu ke waktu yang kamu ketahui?
Jadi ada tambahan warning untuk berkomentar yang bijak di caption.
12. Selain @urbancikarang, akun instagram berbasis lokasi apa yang kamu ikuti di instagram?
@infobanjarmasin
13. Seberapa besar pengaruh akun *social media* berbasis lokasi dalam menyebarkan informasi di sebuah kota/kabupaten?
Sangat berpengaruh kan masyarakat jadi lebih peka sama informasi di daerahnya.

TRANSKRIP WAWANCARA

(Followers)

Narasumber : Muslia Kurniasih
 Lokasi wawancara : Geprek Benu Cikarang
 Tanggal wawancara : 24 Juli 2018

1. Seberapa sering Anda menggunakan *social media*?
Sering
2. Berapa lama perkiraan total waktu yang Anda habiskan untuk menggunakan *social media* dalam sehari?
Satu sampai 3 jam an ada
3. Sudah berapa lama menggunakan *social media* instagram?
Udah empat tahunan
4. Intensitas mengakses instagram dalam sehari?
Cukup sering
5. Sudah berapa lama follow akun instagram @urbancikarang?
Satu sampai dua tahunan lah ada
6. Apa yang anda ketahui tentang akun instagram @urbancikarang?
Menurutku sih sebuah akun yang menginformasikan segala macam berita dan fakta seputar Cikarang dan sekitarnya..
7. Apa alasan mengikuti akun @urbancikarang?
Agar selalu mendapatkan informasi terupdate di wilayah Cikarang.
8. Informasi apa yang diberikan oleh akun instagram @urbancikarang?
Berbagai macam informasi, fakta, kejadian, peristiwa apa saja.

9. Informasi apa yang paling menarik dan ditunggu dari akun instagram @urbancikarang?
Kuliner sih aku ka
10. Apa tanggapan Anda mengenai keberadaan akun instagram @urbancikarang?
Bagus, sangat bermanfaat bagi kita khususnya warga Cikarang.
11. Perubahan dan perbaikan apa yang sudah dilakukan akun instagram @urbancikarang dari waktu ke waktu yang kamu ketahui?
Penyampaian beritanya jadi lebih menarik dan bervariasi.
12. Selain @urbancikarang, akun instagram berbasis lokasi apa yang kamu ikuti di instagram?
@urbanjabar.id
13. Seberapa besar pengaruh akun *social media* berbasis lokasi dalam menyebarkan informasi di sebuah kota/kabupaten?
Sangat besar, karena bisa menjadi sarana promosi pariwisata, kuliner, dll bagi kota/kabupaten tersebut.

TRANSKRIP WAWANCARA

(Followers)

Narasumber : Susi Astuti
 Lokasi wawancara : Pempek Geby Jababeka
 Tanggal wawancara : 25 Juli 2018

1. Seberapa sering Anda menggunakan *social media*?
Sering
2. Berapa lama perkiraan total waktu yang Anda habiskan untuk menggunakan *social media* dalam sehari?
Delapan jam ada kayanya haha
3. Sudah berapa lama menggunakan *social media* instagram?
Empat tahunan dari awal pake android langsung bikin IG
4. Intensitas mengakses instagram dalam sehari?
Cukup sering
5. Sudah berapa lama follow akun instagram @urbancikarang?
Satu sampai dua tahunan lah ada
6. Apa yang anda ketahui tentang akun instagram @urbancikarang?

Media informasi bagi warganet yang beritanya dikemas dengan tampilan masa kini dan isinya berita seputar Cikarang Bekasi.

7. Apa alasan mengikuti akun @urbancikarang?
Ingin lebih tau berita sekitaran Cikarang.
8. Informasi apa yang diberikan oleh akun instagram @urbancikarang?
Seringnya macet, kriminal, orang hilang, tapi tempat wisata juga ada sih.
9. Informasi apa yang paling menarik dan ditunggu dari akun instagram @urbancikarang?
Tempat wisata
10. Apa tanggapan Anda mengenai keberadaan akun instagram @urbancikarang?
Sangat membantu bagi warganet yang ingin tau seputar Cikarang.
11. Perubahan dan perbaikan apa yang sudah dilakukan akun instagram @urbancikarang dari waktu ke waktu yang kamu ketahui?
Postingan beritanya lebih menarik.
12. Selain @urbancikarang, akun instagram berbasis lokasi apa yang kamu ikuti di instagram?
@explorebanjar
13. Seberapa besar pengaruh akun *social media* berbasis lokasi dalam menyebarkan informasi di sebuah kota/kabupaten?
Sangat berpengaruh, apalagi ini zaman teknologi sudah dimana-mana. Jadi penyebaran informasi juga jadi lebih cepat.

TRANSKRIP WAWANCARA

(Followers)

Narasumber : Ope Mustopa

Lokasi wawancara : Richeese Factory Jababeka

Tanggal wawancara : 25 Juli 2018

1. Seberapa sering Anda menggunakan *social media*?
Sering
2. Berapa lama perkiraan total waktu yang Anda habiskan untuk menggunakan *social media* dalam sehari?
Sekitar delapan jam an
3. Sudah berapa lama menggunakan *social media* instagram?
Tiga tahun

4. Intensitas mengakses instagram dalam sehari?
Sering
5. Sudah berapa lama follow akun instagram @urbancikarang?
Satu sampai dua tahunan lah ada
6. Apa yang anda ketahui tentang akun instagram @urbancikarang?
Akun informasi yang isinya tentang berbagai peristiwa di Cikarang.
7. Apa alasan mengikuti akun @urbancikarang?
Biar up to date. Kan aku tinggal dan kerja di Cikarang.
8. Informasi apa yang diberikan oleh akun instagram @urbancikarang?
Kuliner, tempat wisata, kecelakaan
9. Informasi apa yang paling menarik dan ditunggu dari akun instagram @urbancikarang?
Tempat wisata sama tempat nongkrong.
10. Apa tanggapan Anda mengenai keberadaan akun instagram @urbancikarang?
Sangat informatif.
11. Perubahan dan perbaikan apa yang sudah dilakukan akun instagram @urbancikarang dari waktu ke waktu yang kamu ketahui?
Gambarnya jadi lebih dinamis, ga ngebosenin.
12. Selain @urbancikarang, akun instagram berbasis lokasi apa yang kamu ikuti di instagram?
@exploreindramayu
13. Seberapa besar pengaruh akun *social media* berbasis lokasi dalam menyebarkan informasi di sebuah kota/kabupaten?
Sangat besar, sekarang kan zamannya melek media.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA