

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK INFORMAN

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 2

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 3

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 4

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT SELESAI PENELITIAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daftar Pertanyaan

1. Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat, Kemendikbud

1. Bagaimana Pandangan Bapak mengenai peran teknologi internet khususnya media sosial sebagai media pendukung pelaksanaan *open government*?
2. Apakah Kemdikbud mengeluarkan kebijakan internal tentang pedoman pengelolaan media sosial?
3. Apakah ada batasan kebijakan instansi mengenai strategi konten, misalnya informasi apa yang dibutuhkan publik/layak posting, cara/kemasan konten, dll?
4. Apakah mungkin untuk tidak menggunakan media sosial sebagai *official media communication*? Mengapa dan mengapa tidak?
5. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendalami tentang media sosial twitter Kemendikbud. Karena pengikut twitter kemendikbud sangat banyak. Menurut bapak, mengapa *Twitter* Kemendikbud lebih efektif sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, di banding media sosial lain yang di miliki kemendikbud seperti *instagram, youtube, dan facebook*?
6. Apakah karakter media sosial, khususnya twitter seperti fitur *like, favorit, komentar*, dan seterusnya dianggap dapat menampilkan *image* institusi sesuai dengan yang diharapkan? Mohon uraikan alasan?
7. Apakah berbagai konten yang dilepas ke publik serta besarnya jumlah

- pengikut menjadikan Kemendikbud sebagai salah satu *Influencer* dalam media sosial, mengingat Kemdikbud sebagai pihak yang berkompeten dalam penyebarluasan informasi khususnya tentang Penguatan Pendidikan Karakter, karena penguatan pendidikan karakter tidak hanya sebatas peraturan 5 hari sekolah yang sempat menimbulkan polemik sebelumnya?
8. Apakah instansi memiliki kontrol penuh atas distribusi konten media sosial (khususnya *twitter*) yang di lepas kepada khalayak atau tergantung pada sejauh mana respon publik terhadap konten (seperti *like*, *comment*, *retweet*, dll.)?
 9. Siapa yang memiliki wewenang/tugas untuk merespon berbagai pertanyaan dan komentar dalam *fan page* media sosial Kemendikbud?
 10. Apakah ada proses sistematis/berkala untuk mengumpulkan, memantau, dan menganalisis data media sosial/survey warga (seperti jumlah *like*, *tweet*, komentar, opini, dan saran yang diajukan)? Mengapa dan mengapa tidak?
 11. Menurut Bapak seberapa penting keterlibatan masyarakat/follower di media sosial bagi Kemendikbud?
 12. Bagaimana strategi Bapak dalam mengelola komentar/respon negatif warga? Bagaimana pengalaman Bapak?
 13. Mengapa Perpers Penguatan Pendidikan Karakter sangat penting untuk di sosialisasikan ke masyarakat?

2. Kepala Subbagian Layanan Informasi dan Admin Media Sosial Kemendikbud

1. Apa saja tujuan dan target dari sosial media *twitter* Kemendikbud?
2. Apakah ada perubahan bagi Kemendikbud dari media sosial *twitter* ini?
3. Bagaimana Bapak memilih topik untuk diangkat di *social media* Kemendikbud, khususnya tentang penerapan Penguatan Pendidikan Karakter?
4. Apakah ada pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk menentukan skala prioritas dalam mengunggah di *twitter*?
5. Berapa lama *deadline* untuk sebuah *posting twitter* dalam sekali posting?
6. Bagaimana waktu posting ditetapkan? Apakah harian, mingguan dan bulanan?
7. Apakah topik yang diangkat selalu menimbulkan respon yang tinggi dari user Kemendikbud?
8. Pernahkah Bapak memilih topik yang salah dalam memposting hingga mengakibatkan kehilangan pengikut karena dianggap topik yang disajikan tidak menarik?
9. Apakah para masyarakat secara berkala dapat memberikan *feedback* terhadap postingan-postingan yang berkaitan dengan Penguatan Pendidikan Karakter di *Twitter* Kemndikbud?
10. Pernahkah Bapak tidak bisa menjawab pertanyaan netizen mengenai penguatan pendidikan karakter?
11. Banyak hal yang terdapat di dalam kebijakan penguatan pendidikan karakter selain kebijakan 5 hari sekolah, apakah warganet dapat mencari

dan mengetahui apa saja yang terkait kebijakan tersebut? Adakah *hashtag* tertentu terkait kebijakan tersebut?

12. Apa yang kemudian lakukan ketika tidak bisa menjawab pertanyaan warganet di *twitter* Kemendikbud terkait suatu kebijakan?
13. Pengikut *twitter* Kemendikbud dari berbagai usia, banyak pula yang masih usia remaja. Bagaimanakah cara Kemendikbud mensiasati agar unggahan terkait kebijakan agar dapat diterima oleh remaja usia sekolah?
14. Hambatan apa saja yang terjadi dalam mengunggah di *twitter*? Adakah hambatan dari pihak internal itu sendiri?



Formulir Demografi Informan beserta Daftar Pertanyaan Tertulis

I. Diisi oleh Peneliti

Waktu/Tanggal :	Lokasi <i>Interview</i> :
Inisial :	<i>Identifier</i> :
<i>Interviewer</i>	Informan

II. Diisi oleh Informan

Nama Informan : _____

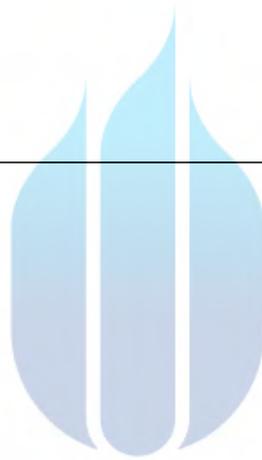
Usia : _____ Tahun Masa Kerja : _____ Tahun

Tanggung Jawab/Jabatan Informan : _____

<p>Pertanyaan Bagian A.1</p> <p>Dari dua pernyataan berikut, mana yang lebih menggambarkan kondisi penggunaan media sosial Kemdikbud saat ini:</p> <p><input type="checkbox"/> Fan Page media sosial Kemdikbud merupakan saluran informasi dan partisipatif untuk masyarakat dan memungkinkan mereka untuk memantau dan berpartisipasi dalam kegiatan Kemdikbud.</p> <p><input type="checkbox"/> Dengan mengadopsi media sosial, Kemdikbud menggunakan kekuatan kolaborasi media sosial untuk memanfaatkan kecerdasan kolektif massa (<i>crowdsourcing</i>). Media sosial merupakan alat dalam kolaborasi <i>crowdsourcing</i>, keterlibatan warga dalam regulasi, dan umpan balik layanan publik.</p>	<p><u>Jenis Media Sosial Pribadi yang Digunakan:</u></p> <p><input type="checkbox"/> Facebook</p> <p><input type="checkbox"/> Twitter</p> <p><input type="checkbox"/> Instagram</p> <p><input type="checkbox"/> Youtube</p> <p><input type="checkbox"/> Lainnya :</p>
---	---

Pertanyaan Bagian E.1

1. Bagaimana Bpk/Ibu menilai institusi Kemdikbud dikaitkan dengan sebelum dan sesudah penggunaan media sosial sebagai media komunikasi resmi instansi pada atribut berikut: (dalam skala 1-10)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ari Santoso, Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat, Kemendikbud

1. Bagaimana Pandangan Bapak mengenai peran teknologi internet khususnya media sosial sebagai media pendukung pelaksanaan *open government*?

Hmm. Peranan sosmed sangat penting sekali, karena pertama khususnya di kehumasan karena untuk menghubungkan antara institusi dan masyarakat itu efektif sekali kesana, karena pertama base-nya adalah sangat massive yang kedua adalah murah ketiga itu analisa untuk kehumasannya akan jauh lebih mudah dimanfaatkan kedepannya untuk pengembangan dibandingkan penggunaan media yang konvensional lainnya, nah, memang keuntungannya disitu tetapi banyak kelemahannya juga, kelemahannya adalah yang pertama sosmed ini itu sering kali dimanfaatkan oleh seseorang atau oknum yang noname atau unname yang tidak diketahui identitasnya dimana mereka menggunakan sosmed ini untuk ujaran-ujaran yang tidak beretika dan ini memang sangat mengganggu sekali tapi disini memang kesiapan manajemen pengelolaan atau pengelolaan di sosmed di institusi sangat penting sekali terutama SDM, penting sekali untuk menghubungkan atau mensosialisasikan atau berkomunikasi dengan masyarakat sangat penting sekali.

2. Apakah Kemdikbud mengeluarkan kebijakan internal tentang pedoman pengelolaan media sosial?

Kami punya standart memang, yang pertama bagaimana mengelola di BKLM ini, itu kami sudah punya standar, punya masterplan, punya istilahnya bisnis proses untuk pengelolaan sosmed kita tidak hanya sekedar hanya pengelolaan by accident tapi betul-betul kita rencanakan dengan baik, dari mulai bagaimana siapa yang memegang adminnya, terus pengembang kontennya terus teknisnya terus siapa yang mengelola keatasnya dan lain-lain. Itu semua juga SOP nya sudah kita buatkan semuanya.

Siapa saja PIC nya dan tanggung jawab yg dijalankan?

Karena memang secara ideal sosmed itu, satu orang untuk satu sosmed. Contohnya misalnya twitter itu idealnya itu ada satu tim khusus sehingga, ada adminnya dan adminyapun karena adalah khususnya twitter ini harus 24 jam jawabnya, jadi seharusnya ada model sistem piket tapi karena memang SDM dikita yang masih terbatas sehingga jadi yang kami lakukan yang paling utama

adalah 1 admin yang biasa disebut mimin tetapi disini admin ini hanya tugasnya memang mengkoordinir dan menjamin keberlangsungan komunikasi yang baik dengan stakeholder tetapi di balik itu di back office nya itu bagian yang pengembang konten disitu karena memang bagian pengembang konten itu sangat penting sekali. Yang kedua dipengembangan konten ini kita bagi lagi ada tim teknisnya dan tim kreasinya karena memang tidak bisa kita hindarkan disitu di balik itu memang flat orang SDM yang di Kementerian itu, jadi tidak ada orang khusus twitter itu tidak ada, itu kami flat artinya pembuat konten ini juga untuk melayani konten di sosmed yang lainnya tetapi kita tahu bahwa karena SDM kita sangat terbatas maka ada beberapa hal yg harus kita lakukan adjustment terhadap kebutuhan dalam menjalankan operasional itu.

Sosial media apa saja yg dimiliki Kemendikbud?

yang pertama yang paling lama itu adalah facebook, yang kedua twitter yang ketiga baru muncul tahun 2017 kemarin IG, instagram lalu yang keempat adalah line today tapi line masih belum stabil di kita terus yang bersamaan dengan IG sebenarnya kita itu sudah ada youtube, ya jadi ada 4 utama, 5 dengan line dan 6 dengan portal kementerian websitenya. Nah, kalau kita tahu facebooknya kemendikbud ini sangat powerful dari followernya dan lain-lain dan engagementnya itu sangat tinggi sekali sdh 1,950an lebih followernya, kalau yang di twitter kalau nggak salah sekarang sudah sekitar 1,4 atau 1,5 jutaan, tapi di IG kita sdh 350an lebih, saya sudah lama tidak lihat di IG nya. Youtube kita masih rendah, makanya itu yang harus kita lakukan disitu. Kita semuanya punya.

3. Apakah ada batasan kebijakan instansi mengenai strategi konten, misalnya informasi apa yang dibutuhkan publik/layak posting, cara/kemasan konten, dll?

pasti itu karena setiap institusi punya strategi khusus dan punya batasan dan punya standar. Nah, yang kami lakukan pun kami membatasi bahwa sehari kita gak boleh masukan berapa konten dan semuanya itu ada batasannya supaya kita tidak menjadikan beban atau menjadi sampah buat followernya dan kita itu betul-betul menjaga komunikasi disana. Nah, disini lain memang konten-konten yang kita bangun itu ada ciri khasnya yang pertama karena ada di Kemdikbud ini setiap sosmed itu punya follower khas yang sendiri-sendiri. Contohnya facebook itu sebagian besar adalah guru, ada siswa tapi sdh dewasa sebagian besar,

yang twitter ini sebagian besar masyarakat umum sehingga agak banyak dalam tanda kutipnya agak ceriwis disitu karena memang masyarakat umum yang gak banyak mengetahui tentang pendidikan dan lain-lainnya sehingga seringkali berkomunikasi berkata agak negatif dan yang ketiga IG ini sangat milenial sekali ya anak2 sekolah yang paling banyak termasuk youtube itu, kita punya pangsa pasar sendiri2 itu di situ sehingga kita tidak bisa memberikan konten itu seenaknya saja ke setiap sosmed masing2, jadi masing2 punya ciri khas sehingga kita selalu gaya bicaranya dan gaya berkomunikasi jg berbeda.

Bagaimana Kemendikbud menyusun pesan yang disampaikan kepada masyarakat melalui media sosial?

Kami itu kalau menyampaikan pesan itu ada beberapa yg kami lakukan. Yang pertama kami melakukan pesan pertama kali adalah model bergaya informasi artinya menyampaikan informasi dulu itu yang paling gampang jadi kita memberikan informasi pesan itu kami sampaikan terus kami biasa melihat apakah ada follow up dari masyarakatnya. Nah, setelah itu kami lihat kalau gak ada follow up nya kami ikuti dgn cara yang lain ya karena kalau pesan itu memang penting itu yang harus kami lakukan tetapi ada yg pesan itu berdasarkan dari tanya jawab jadi dari masyarakat yang mengetahui karena pesan ini kami sampaikan karena ada sesuatu yang kadang-kadang tidak by design mereka sdh menanyakan itu sehingga kita menjawab itu tetapi kita sudah menyiapkan konten dan lain-lain, dan itu jauh lebih dibanding dengan yang satu arah pertama kali tadi yang memberikan informasi karena sebagian besar memberikan informasi mereka merasa tidak membutuhkan tetapi kalau begitu ada pertanyaan dan komunikasi tanya jawab disitu jauh lebih efektif, itu beberapa yang kami lakukan seperti itu. Yang ketiga kami lakukan caranya yaitu offline yaitu kami ingin misalkan membina anak2 sekolah itu misalkan maka yg kami lakukan kita mengundang pengurus OSIS di satu kota, kami ajak diskusi disitu dan pesan kami bisa masuk ke anak-anak itu jauh lebih efektif dibandingkan kalau kita diskusi hanya sekedar kita hanya menyampaikan informasi saja dan yg kami lakukan offline juga.

Isi dan makna apa saja yang ingin di sampaikan kepada publik?

Ada beberapa hal yang ingin kami sampaikan yang pertama adalah kebijakan pemerintah, kebijakan dipendidikan itu kami sampaikan itu paling kita siapkan

dulu kebijakan itu konten2nya terus kami sampaikan informasi itu tapi ada yang berdasarkan efek dari kebijakan yang dijalankan kadang-kadang kebijakannya sdh berjalan lama tetapi baru terefek baru beberapa tahun sekarang muncul problem sehingga akan mempertanyakan ke kita dan lain2 dan itu kita juga lakukan seperti itu caranya.

4. Media komunikasi apa saja untuk menyampaikan pesan tersebut, mengapa menggunakan media sosial?

pertama kita menggunakan TV juga terus media cetak, koran yang paling banyak yah terus media online seperti media news tapi yg online, saya gak sebutkan medianya tapi beberapa nanti tolong dihapus disini, seperti detik.com, tribun.com, republika.com, JPNN.com, terus ada 2 media online yang baru. Kami analisisnya itu berdasarkan optimalisasi berdasarkan biaya dan efektif, kami pernah melakukan advertorial ke media cetak koran dan lain2, ternyata memang ada beberapa org membaca tetapi kita tdk bisa menghitung jadi berapa sih sebenarnya orang yang sdh melakukan atau membaca sosialisasi atau advertorial yang sdh kita lakukan, kita tidak efektif dalam mensosialisasikan itu. Demikian jg yg televisi kita juga gak bisa menghitung memang potensial orang melihat ada tapi kita pernah melakukan studi dengan menaruh iklan di sebuah tv terus kita datang disatu kota itu kita undang guru-guru dan kita lihat ternyata memang yang melihat itu tidak terlalu banyak juga, yah lumayan sih tetapi biayanya besar sekali kalau di TV dan yang paling agak kita dekati sekarang ini adalah ke news yang online tadi seperti yg saya sebutkan, biayanya tidak terlalu besar dan kita lakukan bisa sampai 1 minggu dan lainnya dan ini efektif ternyata, kita pernah nyoba majalah jendela itu kita publikasikan di situ ternyata memang efektif yang akses bisa meningkat dengan tajam. Nah, sekarang permasalahannya adalah kalau ini semua memerlukan biaya, padahal kalau kita lihat sosmed yang kita punya itu followernya juga banyak dan ini selalu setelah kita melempar itu selalu yang berkomentar itu cukup lumayan sekarang sudah diatas seribuan yang berkontribusi sehingga kalau kita hitung dari follower dan lain2 itu cukup efektif, makanya itu kita lakukan sekarang selain menggunakan news yang online tetapi kita gunakan juga sosmed yang internal kita sendiri.

5. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendalami tentang media sosial twitter

Kemendikbud.

Karena pengikut twitter kemendikbud sangat banyak. Menurut bapak, mengapa Kemendikbud menggunakan twitter sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, di banding media sosial lain yang di miliki kemendikbud seperti *instagram, youtube, dan facebook*?

kita menggunakan semuanya. Jadi gimana membandingkannya, karena memang kita gak mungkin tidak menggunakan yang lainnya karena yang lainnya itu juga dipakai oleh stakeholder kemdikbud untuk berkomunikasi jadi salah satunya memang twitter kita pakai karena twitter itu membutuhkan respon cepat terus dia bisa berkomunikasi cepat sekali dibandingkan dengan facebook, kalau facebook itu membutuhkan waktu yang agak lama, tetapi kalau twitter itu butuh extra apa yah extra keras untuk berkomunikasi dan agak istilahnya anak sekarang agak nyinyir follower di twitter, sehingga makanya kita juag butuh berkomunikasi dengan twitter seperti itu karena memang twitter salah satu hal yang cukup lumayan.

6. Apakah karakter media sosial, khususnya twitter seperti fitur *like*, favorit, komentar, dan seterusnya dianggap dapat menampilkan *image* institusi sesuai dengan yang diharapkan? Mohon uraikan alasan?

pasti, itu salalu kita gunakan utk mengukur engagement dari masyarakat, jadi kalau terutama model konten yang kita luncurkan, komunikasinya kita lakukan karena fitur like, menshare kembali, berkomentar itu penting buat kita menganalisa. Makanya seperti yang dari awal saya katakan kita menggunakan sosmed itu karena jauh lebih mudah untuk dianalisis dibandingkan dengan menggunakan media konvensional.

7. Apakah berbagai konten yang dilepas ke publik serta besarnya jumlah pengikut menjadikan Kemendikbud sebagai salah satu *Influencer* dalam media sosial, mengingat Kemdikbud sebagai pihak yang berkompeten dalam penyebarluasan informasi khususnya tentang Penguatan Pendidikan Karakter, karena penguatan pendidikan karakter tidak hanya sebatas peraturan 5 hari sekolah yang sempat menimbulkan polemik sebelumnya?

sosmed ini memang agak unik, jadi kalau kita melakukan sosialisasi dan lain-lain tentang policy dan lainnya kita tahu bahwa sosial medianya kemendikbud ini

cukup besar dan ini banyak bukti bahwa media sosialnya kemendikbud ini sebagai referensi media, salah satu contoh yang kemarin di IG kemendikbud tentang anak sekolah yang kesulitan di soal UN matematika langsung jadi trending topic dan mencuat di news-news media televisi sangat banyak sekali yang minta kita untuk berkomentar, padahal kalau kita lihat komentar di IG itu dibandingkan dengan siswanya tidak banyak sih tetapi karena sekarang itu sosmen kemendikbud itu dilihat sebagai referensi masyarakat media komunikasi otomatis menjadikan hal yang harus extra hati-hati, kita tidak bisa membiarkan sosmed yang ada di kita ini diwarnai dengan model-model komunikasi yang tidak berkarakter, kita selalu meluruskan, salah satu contoh misalkan penggunaan kata-kata kids zaman now pakai Z atau pakai J, itu salah satu kita memanfaatkan komunikasi dengan model sekarang tetapi yang berkarakter kita memanfaatkan betul, itu yang pertama. Yang kedua kita juga selalu sampaikan kepada masyarakat khususnya di IG karena banyak anak milenial itu dengan model bagaimana sih berkomunikasi yang baik menggunakan sosmed itu selalu kita sosialisasikan dan mereka juga harus menghormati yang lain dan kita lihat memang ternyata diskusinya mereka sendiri sdh nampak bahwa sudah menampilkan berkarakter dalam berkomunikasi yang sehat.

8. Apakah instansi memiliki kontrol penuh atas pengelolaan dan merencanakan dan menetapkan strategi kegiatan di media sosial (khususnya *twitter*) yang di lepas kepada publik atau tergantung pada sejauh mana respon publik terhadap konten (seperti *like*, *comment*, *retweet*, dll.)?
- ohh, nggak. Kita punya strategi kita sangat punya strategi sekali kita tidak hanya mengandalkan respon dari publik tetapi yang utama kita punya strategi terus kita juga analisis respon dari masyarakat dan itu bisa kita menjadikan beberapa harus di tinjau kembali dan lain-lain karena gaya komunikasinya tetapi cara dan strategi lainnya sudah kita tetapkan tetapi itu tidak serta merta itu mutlak kalau memang itu merasa strateginya kurang tepat disini ini kalau perlu kita adjust ya kita adjust, tidak ada kata baku yang mutlak kita tidak ada.
9. Siapa yang memiliki wewenang/tugas untuk merespon berbagai pertanyaan dan komentar dalam *fan page* media sosial Kemendikbud? (komunikasi 2 arah)

kalau itu komunikasi day today memang adminnya. Tetapi kalau sudah menginjak masalah policy dan isu yg agak sensitif itu naik jenjangnya ke eselon 4 nya, dan naik lagi nanti ke atasnya lagi ke kabag baru sudah saat yang sangat polemik baru ke kepala biro

10. Apakah ada proses sistematis/berkala untuk mengumpulkan, memantau, dan menganalisis data media sosial/survey warga (seperti jumlah *like*, *tweet*, komentar, opini, dan saran yang diajukan)? Mengapa dan mengapa tidak?

rutin kita lakukan, dan kita punya juga kerjasama dengan pihak ketiga untuk menganalisis konten-konten kita maupun sosmed kita itu rutin kita lakukan hampir tiap minggu kita lakukan

11. Menurut Bapak seberapa penting keterlibatan publik/follower di media sosial bagi Kemendikbud?

sangat penting sekali, keterlibatan masyarakat di sosmed kemendikbud sangat penting sekali utk kami karena itu salah satu untuk melihat bagaimana karena kan sering kali layanan kemdikbud itu tidak dijalankan oleh kemdikbud tetapi dijalankan juga oleh dinas2 yang ada di kabupaten kota atau provinsi sehingga komunikasi itu sangat penting sehingga kita tahu policy itu belum di jalankan penuh di daerah

12. Bagaimana strategi Bapak dalam mengelola komentar/respon negatif warga? Bagaimana pengalaman Bapak?

hal yang negatif itu sangat wajar, karena gak mungkin semuanya selalu 100 persen positif karena policy itu pasti ada yang merasa di rugikan dan ada yang merasa diuntungkan yang pasti yang ngomong negatif itu yang merasa di rugikan, paling penting adalah bagaimana kita mensosialisasikan dan memberikan gambaran atau kondisi pendidikan yang sejelas mungkin, agar masyarakat menerima bahwa perubahan policy kebijakan itu memang harus diambil dan kapanpun diambil pasti akan ada yang merasa di rugikan. Paling penting disitu dan memang gak bisa dihindari, nah, salah satu strategi kita ya melakukan itu.

13. Mengapa Perpers Penguatan Pendidikan Karakter sangat penting untuk di

sosialisasikan ke masyarakat?

Karena gini, perpers itu muncul itu karena urusannya Pendidikan karakter urusannya bukan hanya urusan Kementerian pendidikan dan kebudayaan saja, jadi itu urusannya kementerian agama juga, kemenristek dikti juga, juga urusan kementerian kesehatan, urusan kementerian sosial juga, kemenpora juga punya keterlibatan semua disitu yah, termasuk kementerian yang lain2nya karena tidak bisa kita biarkan kita serahkan semuanya 100% dan merasa kemdikbud itu milik sendiri itu gak bisa. Sehingga perpers itu sangat penting jika lintas kementerian harus bentuk perpres. Nah, bagaimana kita mensosialisasikan itu karena memang ini sudah lintas ya mau gak mau kemendikbud mensosialisasikannya dengan menggandeng kementerian yang lainnya tidak bisa kita sendiri, karena memang kan obyeknya sama yaitu anak, tetapi anak ini jika di sekolah memang urusannya kemendikbud, jika anak ini di rumah maka bukan tanggung jawab sepenuhnya kemendikbud dan itu banyak pihak yang terlibat disitu salah satunya kominfo dan lain2nya. Nah, inilah kita merasa obyeknya sama yaitu siswa dan orang tua tetapi dalam hal domainnya dia tergantung pada kementerian yang lain. Masyarakat harus mengetahui bahwa kemendikbud ada keterbatasan dan punya kekuatan dalam mengolah sehingga dalam pendidikan karakter itu ada 3 sentral yang paling pertama ada pendidikan keluarga yang kedua pendidikan sekolah yang terakhir adalah pendidikan di masyarakat. Masyarakat pun ikut bertanggung jawab jangan dibiarkan kayak kemarin kejadian sangat disesalkan anak korban suppoter bola, itu bukan dai tidak bersekolah karena itu sudah di masyarakat, harusnya masyarakat begitu ada kumpulan anak2 yang sudah anarkis harusnya mereka ikut bertanggung jawab untuk mencegah tidak di biarkan jadi ada faktor pembiaran masyarakat yang jelas itu bukan ranahnya kemendikbud karena sudah di luar sekolah tapi karena ini korbannya anak sekolah, bagaimanapun juga berdampak ke sekolah, banyak juga kejadian seperti itu yang harus di ketahui masyarakat, bahwa masyarakat juga mempunyai kepentingan yang sama bahwa obyeknya ini perlu di bawa menjadi lebih baik.

Anandes Languana, Kepala Subbagian Layanan Informasi

1. Apa saja tujuan dan target dari sosial media *twitter* Kemendikbud?

Yak, untuk tujuannya kita ingin menginformasikan seluruh kebijakan-kebijakan yang ada di Kemendikbud dan juga menginformasikan agenda maupun acara yang ada di Kemendikbud, kemudian targetnya itu adalah untuk menyasar anak-anak milenial atau untuk memberikan informasi yang tepat dan valid langsung dari akun resminya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, jadi pasti itu bukan hoaks seperti itu.

2. Bagaimana Bapak memilih topik untuk diangkat di *social media* Kemendikbud, khususnya tentang penerapan Penguatan Pendidikan Karakter?

Untuk memilih topic ini tentunya, dengan berbagai pertimbangan pertama karena waktunya dalam waktu itu pagi siang sore malam itu harus ada terus informasi yang kita berikan melalui media social ini, untuk di twitter itu lebih banyak jadi pemilihannya ini kita pendekatan dengan audience nya terlebih dahulu apakah orang tuanya kah, ataukah muridnya kah, atau guru atau pengamat pendidikan karena media social sangat terbuka gitu yah, nah khusus untuk penerapan penguatan pendidikan karakter (PPK) ini tentunya semua yang kita sasar, orang tuanya, gurunya dan siswanya ataupun masyarakat umum, seperti itu jadi banyak pertimbangan untuk memilih topic ini.

3. Apakah ada pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk menentukan skala prioritas dalam mengunggah di *twitter*?

Ya pertimbangan-pertimbangan tertentu tentunya konten itu harus menarik yah, menarik pertama karena media social itu kalau gak menarik pasti ditinggalkan karena membosankan karena media itu sudah banyak sekali ya media TV, media cetak, media elektronik ya banyak. Nah, media social pertimbangannya ya tadi itu, pertama kontennya menarik dan harus ada pesan yang jelas, pesan yang dibutuhkan masyarakat yang bersifat menghibur tadi, menarik tadi juga mengedukasi tapi juga harus dibutuhkan oleh penerima pesan itu, masyarakat itu, prioritasnya itu.

4. Berapa lama *deadline* untuk sebuah *posting twitter* dalam sekali posting?
Untuk twitter yahhh.. *deadline* itu, hampir apa yah, tidak terhitung waktu karena cepat sekali, karena ada yang disebut *live tweet*, ada yang disebut juga *schedule tweet*, *schedule posting*. Nah, untuk yang *live tweet* itu harus di saat-saat itu juga harus sudah tayang karena *live kan*, dan twitter ini memang platform media social yang bersifat menginformasikan dengan sangat cepat gitu dengan jumlah karakter yang sangat terbatas maka informasi itu harus actual dan cepat seperti itu.

5. Bagaimana waktu posting ditetapkan? Apakah harian, mingguan dan bulanan?
Nah, untuk waktu posting ditetapkan itu hariannya ada, mingguannya ada dan bulanannya pun juga ada, jadi, memang setiap hari pasti ada yah dan untuk menentukan jadwal posting itu jangan terlalu lama bulanan mungkin mingguan, sudah ada jadwalnya tiap minggu apa saja yang mau di posting.

6. Apakah topik yang diangkat selalu menimbulkan respon yang tinggi maupun rendah dari user Kemendikbud?
Yaaa, responnya memang tinggi tetapi ada juga yang tidak terlalu tinggi yahh. Untuk twitter khususnya ini, untuk twitter ini karena banyak kaum muda sudah beralih bukan ke twitter lagi tapi ke Instagram, tapi di twitter ini lebih ke gurunya, pengamatnya juga siswa yang matang mungkin disitu yah, karena twitter tergolong platform yang untuk dewasa yahh. Jadi, respon yang tinggi memang ada tapi gak selalu, ada yang tinggi dan ada yang rendah, UN, CPNS, PPDB pasti tinggi.

7. Apakah para publik secara terbuka dapat memberikan *feedback* terhadap postingan-postingan yang berkaitan dengan Penguatan Pendidikan Karakter di *Twitter* Kemndikbud?
Yaaa, pasti secara terbuka lah yah. Karena media social ini tidak ada batasannya yah. Jadi public secara terbuka dapat memberikan *feedback* jadi langsung aja di komentarnya setelah kita posting, langsung memberikan respon dan itu juga kita bales langsung sama adminnya.

8. Banyak hal yang terdapat di dalam kebijakan penguatan pendidikan karakter selain kebijakan 5 hari sekolah, apakah publik/follower dapat mencari dan mengetahui apa saja yang terkait kebijakan tersebut? Adakah *hashtag* tertentu terkait kebijakan tersebut? Apa saja?

Ya, ada. Khususnya tentang penguatan pendidikan karakter ini kita menggunakan *hashtag* atau tagar cerdasberkarakter dan itu kalau di searching sudah banyak sekali karena itu pernah juga menjadi *tranding topic*, cerdas berkarakter itu pernah menjadi *tranding topic* Indonesia, ya selain itu mungkin ada *hashtag* pendidikan karakter atau *hashtag* ayo sekolah, ada sih banyak sih yang terkait dengan pendidikan karakter itu.

9. Hambatan apa saja yang terjadi dalam mengunggah di *twitter*?

Hambatannya yahh untuk mengunggah di *twitter*, yang pertama itu, waktu yah karena cepat dan ini perlu waktu untuk memikirkan konten yang akan di sebar melalui media social itu, jadi, perlu kehandalan sendiri itu. Jadi hambatan itu jadi, satu waktu kemudian keterbatasan sumber daya manusianya, pengetahuannya karena di sisi admin kan tidak menguasai terlalu mendalam, jadi harus mencari informasi lagi ke unit-unit utama, itu hambatan keterbatasan SDM nya tadi yah, kemudian waktu tadi yang pertama yang kedua keterbatasan pengetahuan SDM, kemudian dan juga mungkin dalam menjawab pertanyaan itu hambatan juga, pertanyaan dari masyarakat karena gak ada batasannya pertanyaan yang masuk luas jawab satu tumbuh seribu jadi gak ada ujungnya.

10. Adakah hambatan dari pihak internal itu sendiri?

Yang dari internal ya itu tadi, koordinasi mungkin yahh dengan unit lain. Sulitnya berkoordinasi, mendapatkan data karena gak semuanya kita punya di BKLM ini.

11. Bagaimana Kemendikbud mensiasati hambatan tersebut?

Untuk mensiasatinya dengan menggelar rapat-rapat koordinasi secara periodic dengan mengundang pimpinan unit utama gitu yah, staf khusus, staf ahli Mendikbud untuk mendapatkan masukan-masukan terkait medsos, kemudian mencari informasi di laman-laman unit utama

Shahwin Purnomo Aji, Pengolah Data Informasi dan Publikasi di Subbagian Layanan Informasi, BKLM

1. Apa saja tujuan dan target dari sosial media *twitter* Kemendikbud?

Twitter, dari tujuannya itu untuk mempublikasikan dan mensosialisasikan kebijakan Kemendikbud kepada masyarakat secara luas dan twitter targetnya ada diantara insagram dan facebook dari segi rentan usia kalau insagram untuk anak2 muda kaum milenials kalau facebook untuk yang lebih tua usia 30 tgaun keatas, kalau facebook lebih ketengah-tengahnya jadi disitu ada yg ddari usia sekolah sampai yg usia lebih tua atau masyarakat umum, karena disitu juga rame lintas profesi ya sama insagram sama facebook. Tapi kalau insagram kan lebih kearah milenial, daia lebih banyak gambar kalau facebook lebih ketulisan kalau twitter lebih kearah diskusi dia banyak gitu.

2. Bagaimana Bapak memilih topik untuk diangkat di *social media* Kemendikbud, khususnya tentang penerapan Penguatan Pendidikan Karakter?

Kalau di media social tentang penguatan pendidikan karakter, topiknya lebih ke praktik baik jadi kalau biasanya teks kan kita bosan yah isinya lebih ke penjelasan2, jadi kalau kita di media social lebih ke arah konten-konten yang lebih menjelaskan dan menggambarkan serta memberikan contoh jadi gak hanya penjelasan teks aja tetapi kita lebih ke arah memberikan gambaran dalam bentuk infografis, ilustrasi kalau infografis kan hanya gambarkan yah kalau ilustrasi contohnya kayak salaman sama guru kan pendidikan karakter gitu kan, sama orang tua, bantu orang lain yang kayak gitu.

3. Apakah ada pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk menentukan skala prioritas dalam mengunggah di *twitter*?

Pertimbangannya kayak gimana nihh, yang didahulukan dalam konten yang di unggah di twitter. Kalau skala prioritas yang kita unggah itu biasanya sapa-sapan terlebih dahulu selanjutnya kebijakan terus berita terus sisanya kayak yang tadi. Jadi sekarang tuh kita kayak ada program kayak PPK, Vokasi nahh itu yang di utamakan terus selanjutnya ada berita-berita kayak aktifitas kemendikbud kegiatan harian kayak pidato Pak Menteri terus yang terakhir kayak sapaan, kita sebelum sapaan juga ada urutan kayak berita-berita dari unit lain dibawah Kemendikbud, jadi fungsinya media social Kemendikbud itu selain tentang

Kemendikbud.go.id juga mempublikasikan kayak entah twitter2nya unit utama dan portal2 unit utama yang di bawah naungan Kemendikbud yang dibelakangnya tetap dengan Kemdikbud.go.id.

4. Berapa lama *deadline* untuk sebuah *posting twitter* dalam sekali posting?
Sehari itu kita 5 postingan dan jangan terlalu banyak itu kan nanti terlalu penuh, jadi 5 itu kan standar yah terdiri dari sapaan, informasi, tapi kalau ada live tweet pasti akan di atas 5 postingan kan, jadi kita tuh untuk konten twitter sendiri itu ada yang namanya seperti tadi itu, kayak apa sih kebudayaan Indonesia, kita posting tentang baju adat, termasuk kuis ada juga di konten twitter kita tentang baju adat tentang bahasa Indonesia, tentang pendidikan, tentang karakter itu sendiri.
5. Bagaimana waktu posting ditetapkan? Apakah harian, mingguan dan bulanan?
Postingan harian, sehari minimal 5 kali. Postingannya campur, kegiatan hari itu atau yang sudah kita jadwalkan sebelumnya, kita ada penjadwalan.
6. Apakah topik yang diangkat selalu menimbulkan respon yang tinggi maupun rendah dari user Kemendikbud?
Tergantung topic yang diangkat kalau topiknya yang itu-itu aja semacam MOU tapi MoU tentang apa dulu, yang tinggi itu kita tentang CPNS, ujian Nasional, masa-masa masuk sekolah PPDB itu tinggi tapi kalau di tengah-tengah ada OSN itu tinggi.
7. Apakah para publik secara terbuka dapat memberikan *feedback* terhadap postingan-postingan yang berkaitan dengan Penguatan Pendidikan Karakter di *Twitter* Kemdikbud?
Ada sih, salah satu penguatan pendidikan karakter itu kan tentang sekolah itu yah yang katanya sekolah 8 jam itu yah, itu sebenarnya bukan sekolah 8 jam yah, tapi dari situ sih kita tahu feedbacknya ada miss persepsi dan miss komunikasi antara apa yang disampaikan kepada masyarakat.
8. Banyak hal yang terdapat di dalam kebijakan penguatan pendidikan karakter selain kebijakan 5 hari sekolah, apakah publik/follower dapat mencari dan

mengetahui apa saja yang terkait kebijakan tersebut? Adakah *hashtag* tertentu terkait kebijakan tersebut? Apa saja?

Ada, kita PPK itu ada *hashtag* cerdas berkarakter, kita bisa cari disitu nanti ada infografisnya gitu-gitu,, yaa, apa sih PPK itu gak hanya 5 hari sekolah lohh. Kayak soal apa sih yang menjadi focus PPK kayak kecerdasan jasmani, kecerdasan rohani terus membaca literasi.

9. Hambatan apa saja yang terjadi dalam mengunggah di *twitter*?

Hambatan sih nggak ada sih, paling masalah jaringan, itu dari segi teknis yah. Kalau hambatan dari segi internal gitu kayak diskusi gitu paling, bukan hambatan sih lebih ke proses diskusi apakah konten ini layak diunggah di medsos.

10. Adakah hambatan dari pihak internal itu sendiri?

Hambatan dari pihak internal gak ada. Oh iya, contohnya yang kayak postingan “zaman now” itu yah, ketika unggah gak ada hambatannya, hambatannya justru klarifikasi kita setelah kita unggah sih, ya kita kan ada badan bahasa juga kan yang mengawasi atau sebagai gatekeeper bahasa Indonesia, ya tapi kita bisa jelasin kok waktu itu kok mereka bahwa target kita itu milenials, kita harus bisa menyesuaikan dan kita harus flexible.

11. Bagaimana Kemendikbud mensiasati hambatan tersebut?

Mensiasati hambatannya dengan klarifikasi, karena sebelum mengunggah kita pasti diskusi dulu ini layak atau nggak alasannya apa baru kita unggah, kalau misal pas diunggah ada miss atau problem yang setuju atau tidak setuju terhadap unggahan, ya kita diskusi dan kita koordinasi kenapa dan kita jelasin.

Nurwidiyanto, Pranata Humas

(jawaban narasumber tertulis tidak melalui sesi wawancara)

1. Apa saja tujuan dan target dari sosial media *twitter* Kemendikbud?
Menyosialisasikan semua kebijakan Kemendikbud, melalui tautan berita di Laman Kemendikbud, infografis, video, videografis, dll.
Selain itu targetnya Follower Twitter terus meningkat.
2. Bagaimana Bapak memilih topik untuk diangkat di *social media* Kemendikbud, khususnya tentang penerapan Penguatan Pendidikan Karakter?
Sebelumnya melakukan analisis percakapan warganet di media sosial, analisis berita-berita di berbagai media, dan menentukan topik-topik yang akan diangkat.
3. Apakah ada pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk menentukan skala prioritas dalam mengunggah di *twitter*?
Pertimbangannya adalah: mendahulukan informasi-informasi yang menjadi program prioritas nasional dan prioritas Kemendikbud, kemudian mempertimbangkan juga apa yang menjadi percakapan di media.
4. Berapa lama *deadline* untuk sebuah *posting twitter* dalam sekali posting?
Kegiatan penting yang sedang berlangsung diberitakan di Twitter maksimal 1 jam. Berita yang muncul di Laman Kemendikbud diposting di Twitter maksimal 12 jam.
5. Bagaimana waktu posting ditetapkan? Apakah harian, mingguan dan bulanan?
Ada perencanaan konten untuk harian, dan mingguan.
6. Apakah topik yang diangkat selalu menimbulkan respon yang tinggi maupun rendah dari user Kemendikbud?
Topik-topik tertentu mendapat respons tinggi seperti isu guru, guru honorer, penerimaan cpns.
7. Apakah para publik secara terbuka dapat memberikan *feedback* terhadap postingan-postingan yang berkaitan dengan Penguatan Pendidikan Karakter di *Twitter* Kemndikbud?
Sering kali.
8. Banyak hal yang terdapat di dalam kebijakan penguatan pendidikan karakter selain kebijakan 5 hari sekolah, apakah publik/follower dapat mencari dan mengetahui apa saja yang terkait kebijakan tersebut? Adakah *hashtag* tertentu terkait kebijakan tersebut? Apa saja?
Informasi dengan hashtag #CerdasBerkarakter

Informasi di Laman <http://cerdasberkarakter.kemdikbud.go.id>

9. Hambatan apa saja yang terjadi dalam mengunggah di *twitter*?

Dapat dikatakan tidak ada

10. Adakah hambatan dari pihak internal itu sendiri?

Tidak ada

11. Bagaimana Kemendikbud mensiasati hambatan tersebut?





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270

Telepon : 021-5711144 (*Hunting*)

Laman : www.kemdikbud.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 87658/A5.1/KP/2018

Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Sekretariat Jenderal Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Ardanari Christy Bunga Miranda**
NPM : 44215120144
Fakultas : Public Relation
Universitas Mercu Buana

Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Twitter Oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Dalam Sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter.

Telah melaksanakan wawancara terhadap Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat, Kepala Subbagian Layanan Informasi, Saudara Nur Widiyanto dan Shahwin Purnomo Aji staf Subbagian Layanan Informasi dengan sungguh-sungguh, di Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 19 November 2018
Kepala Biro Komunikasi
dan Layanan Masyarakat

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ari Santoso

NIP 196602181991021001



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI-A

Nomor : 15-2/699/F-VIII/2018
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Wawancara**

Jakarta, 24 Agustus 2018

Yth. Kepala Biro Komunikasi dan
Layanan Masyarakat
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 4-5
Jakarta 10270

Dengan hormat,

Teriring salam dan doa, semoga Bapak/Ibu beserta segenap jajaran Pimpinan dan Staf Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan selalu berada dalam lindungan-Nya.

Dengan ini kami sampaikan bahwa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana mewajibkan mahasiswa/i untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan ijin kepada mahasiswa kami :

Nama : Ardanari Christi Bunga Miranda
Nim : 44215120144
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Social Twitter Oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Dalam Sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter.
Telepon : 082125605655

untuk memperoleh data skripsi dengan cara melakukan wawancara dengan divisi/unit terkait di lingkungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Perlu kami sampaikan bahwa data tersebut akan digunakan untuk penelitian dalam penyusunan skripsi.

Demikian permohonan kami. Atas perhatian Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Ponco Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D
Ketua Program Studi

Tembusan : Ketua Bidang Studi *Public Relations*



Cert. No. 493584 QM08

Fakultas Ilmu Komunikasi
KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 1 Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-5870341
<http://www.mercubuana.ac.id> e-mail: fikom@mercubuana.ac.id

<https://lib.mercubuana.ac.id/>





UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI-A

Nomor : 15-2/699/F-VIII/2018
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Data Untuk Skripsi**

Jakarta, 24 Agustus 2018

Yth. Kepala Biro Komunikasi dan
Layanan Masyarakat
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 4-5
Jakarta 10270

Dengan hormat,

Teriring salam dan doa, semoga Bapak/Ibu beserta segenap jajaran Pimpinan dan Staf Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan selalu berada dalam lindungan-Nya.

Dengan ini kami sampaikan bahwa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana mewajibkan mahasiswa/i untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan ijin kepada mahasiswi kami :

Nama : **Ardanari Christi Bunga Miranda**
Nim : 44215120144
Bidang Studi : *Public Relations*
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Social Twitter Oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Dalam Sosialisasi Perpres Penguatan Pendidikan Karakter.
Telepon : 082125605655

untuk memperoleh data di lingkungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Perlu kami sampaikan bahwa data tersebut akan digunakan untuk penelitian dalam penyusunan skripsi.

Demikian permohonan kami. Atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Ponco Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D
Ketua Program Studi

Tembusan : Arsip



Fakultas Ilmu Komunikasi

KAMPUS MENARA BHAkti

Jl. Raya Meruya Selatan No. 1 Kembangan, Jakarta Barat 11650

Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-5870341

<http://www.mercubuana.ac.id> e-mail: fikom@mercubuana.ac.id

<https://lib.mercubuana.ac.id/>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

Nama : Ardanari Christi Bunga Miranda
Tempat, Tgl Lahir : Yogyakarta, 24 Januari 1988
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Menikah
Alamat Sekarang : Jln. Kiageng Pemanahan No. 40, Kelurahan
Cipinang Melayu, Jakarta Timur
Telephone : 082125605655
Email : ardanari.christy@gmail.com

II. Pendidikan

1993 – 1999 :SDN Negeri 3, Bekasi
1999 – 2002 :SMP Negeri 13, Bekasi
2002 – 2005 :SMA Negeri 8, Bekasi
2007 – 2010 :Universitas Negeri Jakarta
Jurusan: Sekretaris
2016 – 2018 :Universitas Mercu Buana
Jurusan: Public Relation