

LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara

I. Identitas Informan

Informan Pendukung : Kepala Pusat P3DW Bandung II Kawalayaan

- Nama Lengkap : Ade Sukalsah
- Hari/Tanggal :Rabu, 17 Juni 2026

Informan Utama : Admin Akun Instagram
@samsat_bandung_II_kawalayaan

- Nama Lengkap : Bela Amanda
- Hari/Tanggal : Senin, 15 Juni 2026

Informan Ahli : Pakar Media Sosial

- Nama Lengkap : Fadlan Aulia
- Hari/Tanggal : Senin, 15 Juni 2026

NO	Informan	Pertanyaan
1.	Kepala Pusat P3DW Bandung II Kawalayaan	<i>Advetising :</i> - Sejak kapan akun Instagram @samsat_bandung_II_kawalayaan mulai digunakan sebagai media promosi Program Kiosk SAMSAT, dan apa yang melatarbelakangi keputusan tersebut? - Apakah terdapat kebijakan resmi atau SOP tertulis yang mengatur jenis konten promosi yang boleh dan tidak

		boleh dipublikasikan di Instagram ini? 3. Apakah ada anggaran khusus yang dialokasikan untuk kegiatan <i>advertising</i> melalui Instagram, termasuk kemungkinan penggunaan fitur iklan berbayar (<i>Instagram Ads</i>)? 4. Bagaimana Bapak memandang Instagram dibandingkan media promosi lain seperti spanduk, brosur, atau website resmi dalam konteks promosi Program Kiosk SAMSAT? 5. Apakah pimpinan daerah atau instansi di atasnya memberikan arahan atau kebijakan khusus terkait strategi <i>advertising</i> melalui media sosial ini? 6. Bagaimana Bapak memastikan pesan promosi yang disampaikan di Instagram tetap konsisten dengan citra resmi institusi pemerintah? <i>Public Relations :</i> 7. Bagaimana strategi hubungan masyarakat (<i>public relations</i>) yang diterapkan oleh P3DW Bandung II Kawalayaan melalui akun Instagram ini? 8. Bagaimana pihak manajemen merespons jika terdapat isu, berita negatif, atau keluhan publik yang
--	--	--

		muncul dan menyebar melalui Instagram? 9. Apakah ada koordinasi dengan instansi terkait lain (Dispenda, Polri, Jasa Raharja) dalam menyampaikan pesan atau informasi publik melalui Instagram? 10. Sejauh mana Instagram berkontribusi dalam membangun kepercayaan (<i>trust</i>) masyarakat terhadap institusi SAMSAT, khususnya terkait Program Kiosk? 11. Apakah ada rapat evaluasi rutin yang secara khusus membahas pengelolaan Instagram sebagai bagian dari strategi <i>public relations</i> institusi? 12. Apakah ada rencana ke depan untuk memperkuat peran Instagram sebagai media <i>public relations</i>, misalnya melalui penambahan SDM atau pelatihan? <i>Interactive Marketing :</i> 13. Bagaimana kebijakan resmi yang mengatur interaksi antara pengelola Instagram dan masyarakat, baik di kolom komentar maupun direct message (DM)? 14. Seberapa penting interaksi dua arah dengan masyarakat melalui
--	--	---

		Instagram menurut pandangan Bapak sebagai pimpinan institusi? 15. Apakah ada target atau indikator kinerja (KPI) yang ditetapkan terkait tingkat interaksi atau keterlibatan masyarakat (<i>engagement</i>) di akun Instagram ini? 16. Bagaimana institusi memanfaatkan masukan, pertanyaan, atau respons masyarakat yang masuk melalui Instagram untuk perbaikan layanan Program Kiosk SAMSAT? <i>Direct Marketing :</i> 17. Mengapa <i>direct marketing</i> melalui Instagram dinilai perlu sebagai bagian dari strategi komunikasi Program Kiosk SAMSAT? 18. Apakah Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi yang bersifat mendesak atau sensitif waktu kepada masyarakat, seperti perubahan jam operasional atau kebijakan baru? 19. Apakah ada rencana penggunaan fitur <i>direct marketing</i> yang lebih terstruktur melalui Instagram, seperti penggunaan Instagram <i>Broadcast Channel</i> atau fitur serupa? 20. Apa kendala utama yang dihadapi institusi dalam melaksanakan <i>direct</i>
--	--	--

		<i>marketing</i> melalui Instagram kepada masyarakat?
2.	Admin Instagram Akun @samsat_bandung_II_kawalayaan	<i>Advertising</i> : 1. Bagaimana rutinitas harian Ibu dalam mengelola konten promosi di akun Instagram @samsat_bandung_II_kawalayaan? 2. Bagaimana proses pembuatan konten iklan/promosi dilakukan dari awal hingga siap dipublikasikan? 3. Apakah ada panduan visual resmi (misalnya panduan warna, font, logo, atau tone of voice) yang menjadi acuan dalam setiap konten promosi yang dibuat? 4. Apakah setiap konten promosi harus melalui proses persetujuan (<i>approval</i>) dari atasan sebelum dipublikasikan? Bagaimana alurnya? 5. Apakah pernah menggunakan fitur iklan berbayar (Instagram Ads) untuk memperluas jangkauan konten promosi Program Kiosk SAMSAT? 6. Bagaimana cara Ibu menentukan topik atau tema konten yang akan diangkat, khususnya yang berkaitan dengan Program Kiosk SAMSAT? 7. Seberapa sering konten terkait Program Kiosk SAMSAT

		dipublikasikan dibanding konten lainnya, dan apa pertimbangannya? <i>Public Relations :</i> 8. Bagaimana cara Ibu menyampaikan informasi resmi tentang Program Kiosk SAMSAT agar mudah dipahami oleh semua kalangan masyarakat? 9. Bagaimana cara Ibu menangani komentar negatif, kritik, atau keluhan masyarakat yang masuk melalui kolom komentar atau DM Instagram? 10. Apakah Instagram digunakan secara aktif untuk membangun kepercayaan (<i>trust</i>) dan citra positif institusi SAMSAT di mata masyarakat? 11. Apakah ada kolaborasi dengan akun Instagram lain, misalnya instansi pemerintah lain, influencer lokal, atau komunitas, untuk memperkuat upaya <i>public relations</i>? 12. Apakah Ibu pernah membuat konten yang secara khusus bertujuan untuk meluruskan informasi yang salah beredar di masyarakat tentang Program Kiosk SAMSAT? 13. Seberapa besar dampak yang Ibu rasakan dari pengelolaan Instagram ini terhadap persepsi dan
--	--	--

		kepercayaan masyarakat kepada institusi SAMSAT? <i>Interactive Marketing :</i> 14. Bagaimana cara Ibu merespons komentar dan pesan langsung (DM) dari masyarakat di Instagram terkait Program Kiosk SAMSAT? 15. Fitur-fitur Instagram apa saja yang secara aktif digunakan untuk berinteraksi dengan followers, seperti <i>Stories, Reels, Q&A, polling, live, atau Close Friends</i>? 16. Bagaimana antusiasme dan respons masyarakat saat diajak berinteraksi melalui fitur-fitur interaktif Instagram? 17. Apakah pernah dilakukan kampanye atau program khusus yang mendorong masyarakat untuk aktif berinteraksi di Instagram, misalnya <i>kuis, challenge, atau giveaway</i> informasi? 18. Konten dengan format atau tema apa yang biasanya mendapatkan tingkat engagement (<i>like, komentar, share, save</i>) paling tinggi dari audiens? 19. Apakah Ibu memantau statistik/insight Instagram secara rutin? Metrik apa yang paling diperhatikan <i>reach, impressions,</i>
--	--	---

		<i>engagement rate</i>, atau pertumbuhan <i>followers</i>? 20. Apa kendala terbesar yang Ibu hadapi dalam menjaga konsistensi interaksi dengan masyarakat di Instagram ini? <i>Direct Marketing :</i> 21. Apakah Instagram digunakan untuk mengirimkan informasi langsung secara personal kepada masyarakat, misalnya melalui DM atau <i>fitur broadcast</i>? 22. Bagaimana cara Ibu memastikan informasi penting tentang Program Kiosk SAMSAT, seperti jadwal, lokasi, atau perubahan kebijakan dapat tersampaikan langsung kepada masyarakat yang membutuhkan? 23. Mengapa menurut Ibu <i>direct marketing</i> melalui Instagram perlu dan efektif sebagai sarana komunikasi langsung dengan masyarakat untuk Program Kiosk SAMSAT? 24. Sejauh ini, seberapa efektif penyampaian informasi langsung melalui Instagram menurut pengalaman Ibu? 25. Apa kendala teknis atau operasional yang paling sering dihadapi dalam
--	--	---

		pelaksanaan <i>direct marketing</i> melalui Instagram? 26. Pelatihan atau pengembangan kompetensi apa yang pernah Ibu ikuti terkait pengelolaan media sosial, termasuk strategi <i>direct marketing</i> digital? 27. Apakah ada hal yang ingin Ibu tingkatkan atau ubah dari cara pengelolaan Instagram ini ke depannya, khususnya dalam hal penyampaian informasi langsung kepada masyarakat?
3.	Informant Ahli/Pakar	<i>Advertising</i> 1. Berdasarkan pengamatan Bapak terhadap akun Instagram @samsat_bandung_II_kawalayaan, bagaimana penilaian umum terhadap kualitas konten promosi (<i>advertising</i>) yang ditampilkan? 2. Dari aspek desain visual, estetika, dan identitas merek (<i>branding</i>), apakah konten-konten di akun ini sudah memenuhi standar komunikasi visual yang baik untuk akun pemerintah? 3. Menurut Bapak, format konten iklan seperti apa (foto, video, <i>Reels</i>, <i>infografis</i>, <i>carousel</i>) yang paling efektif digunakan oleh akun pemerintah di Instagram untuk

		mempromosikan program layanan publik? 4. Bagaimana penilaian Bapak terhadap penggunaan fitur-fitur Instagram (<i>Stories, Reels, Highlights, hashtag, geotag</i>) oleh akun ini — sudah optimal atau masih ada yang perlu ditingkatkan? 5. Apakah menurut Bapak akun Instagram instansi pemerintah seperti ini idealnya menggunakan fitur iklan berbayar (Instagram Ads)? 6. Menurut Bapak, apa strategi advertising yang paling perlu diperbaiki atau dikembangkan pada akun Instagram ini dalam konteks promosi Program Kiosk SAMSAT? <i>Public Relations :</i> 7. Bagaimana penilaian Bapak terhadap pengelolaan citra institusi (<i>public relations</i>) SAMSAT melalui akun Instagram @samsat_bandung_II_kawalayaan? 8. Bagaimana kualitas <i>caption</i> dan penggunaan bahasa dalam konten-konten di akun ini, apakah sudah tepat sasaran untuk membangun citra yang positif dan profesional? 9. Apakah menurut Bapak pesan-pesan yang disampaikan di akun ini sudah
--	--	--

		mampu membangun kepercayaan (<i>trust</i>) masyarakat terhadap Program Kiosk SAMSAT? 10. Apakah menurut Bapak ada gap antara kebutuhan informasi masyarakat dan konten yang selama ini dipublikasikan oleh akun ini dari sisi <i>public relations</i>? 11. Menurut Bapak, bagaimana sebaiknya akun Instagram pemerintah merespons dan menangani krisis komunikasi atau isu negatif yang muncul di media sosial? 12. Apa <i>benchmark</i> atau akun Instagram instansi pemerintah lain yang menurut Bapak bisa dijadikan referensi terbaik dalam hal <i>public relations</i> digital untuk pengembangan akun ini? <i>Interactive Marketing :</i> 13. Bagaimana penilaian Bapak terhadap kualitas interaksi yang terjalin antara akun @samsat_bandung_II_kawalayaan dengan masyarakat di Instagram? 14. Menurut Bapak, strategi <i>interactive marketing</i> seperti apa yang paling efektif digunakan oleh akun pemerintah di Instagram untuk
--	--	---

		mendorong keterlibatan aktif masyarakat? 15. Bagaimana penilaian Bapak terhadap pendekatan <i>respons</i> dan interaksi yang dilakukan admin akun ini terhadap komentar dan pesan masyarakat? 16. Fitur-fitur interaktif Instagram apa yang menurut Bapak paling berpotensi namun belum dimanfaatkan secara optimal oleh akun ini? 17. Menurut Bapak, bagaimana cara yang tepat untuk mengukur keberhasilan <i>interactive marketing</i> sebuah akun Instagram pemerintah? 18. Adakah aspek <i>interactive marketing</i> yang sering diabaikan oleh instansi pemerintah namun sebenarnya sangat krusial untuk efektivitas komunikasi publik digital? <i>Direct Marketing</i> 19. Menurut Bapak sebagai pakar media sosial, mengapa direct marketing melalui Instagram penting dan perlu bagi lembaga pemerintahan seperti SAMSAT? 20. Bagaimana penilaian Bapak terhadap efektivitas penggunaan Instagram sebagai media <i>direct marketing</i> oleh akun
--	--	---

		@samsat_bandung_II_kawalayaan, apakah sudah tepat sasaran? 21. Dari perspektif akademis, bagaimana cara mengukur keberhasilan <i>direct marketing</i> yang dilakukan melalui Instagram oleh sebuah instansi pemerintah? 22. Apakah menurut Bapak penggunaan Instagram sudah cukup sebagai satu-satunya media <i>direct marketing</i>, atau perlu didukung oleh platform atau kanal lain? 23. Bagaimana tren pengelolaan media sosial dan <i>direct marketing</i> instansi pemerintah ke depan, khususnya dalam konteks pelayanan publik digital di Indonesia? Dari perspektif akademis dan praktis, apa strategi utama yang menurut Bapak paling perlu segera diperbaiki atau dikembangkan pada pengelolaan akun Instagram @samsat_bandung_II_kawalayaan secara keseluruhan?
--	--	--

2. Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Transkrip Wawancara**1. Informan Kunci**

Nama: Ade Sukalsah (Kepala Pusat P3DW Bandung II Kawalayaan

Hari/Tanggal: Rabu, 17 Juni 2026

Waktu: 10.30-11.30

Tempat: Ruang Meeting Kepala Pusat P3DW Bandung II Kawalayaan

Topik Sesi: Dimensi *Advertising*, Dimensi *Public Relation*, Dimensi *Interactive Marketing*, Dimensi *Direct Marketing*

Bukti:



Sumber	Transkrip Wawancara
Peneliti	Di sini, eh... kebetulan penelitian saya itu berjudul pengelolaan media sosial instagram untuk promosi dan informasi program kiosk samsat di akun samsat bandung ii kawalayaan, ini pak. Mau menanyakan langsung, Pak, tentang... soal kapan akun Instagram Samsat Bandung II Kawalayaan ini eh dibuat, Pak?
Narasumber	Iya. Ini tuh eh akun baru ya. Sebelumnya ada tuh, akun Samsat Bandung Tengah. : Dulu tuh. Akun baru itu waktu saya pindah ke sini, tahun 2022 berarti, ya. 4 tahun yang lalu. Eh, sebelumnya itu akun Samsat Bandung Tengah itu bahkan dioperasikan oleh teman-teman di kepolisian.
Peneliti	Oh, gitu.

Narasumber	Nah, sekarang itu jadi otoritas kitalah gitu ya, di Bapenda. Namun kalau ada eh... misalnya ranahnya ya, bidang kepolisian, itu koordinasi... kita koordinasikan. Gitu.
Peneliti	Oh, di sini kan ada... ada tiga instansi ya, Pak?
Narasumber	Instansi, benar.
Peneliti	Ada Jasa Raharja, misalkan ... tentang Jasa Raharja harus di... koordinasikan?
Narasumber	Benar, jadi... Heem
Peneliti	Kalau misalkan tujuan Bapak membuat akun Instagram ini?
Narasumber	Ya, hal pertama itu pasti kaitan dengan publikasi, ya. Untuk sosialisasi eh baik itu program, kegiatan, eh... misalnya program pemutihan, gitu ya. Kegiatan, misal kaitan dengan operasi gabungan, gitu. Kita info-info ke situ. Kedua, juga tentu untuk eh sebagai eh wahana untuk menampung masukan, ya, saran, termasuk pengaduan. Gitu. Jadi, ya diharapkan dengan tujuan-tujuan itu tuh, eh pada intinya, pada prinsipnya, bisa meningkatkan kinerja kita.
Peneliti	Oh, gitu. Terus kalau misalkan nih, Pak, kalau dari kebijakan resmi atau ada SOP-nya tersendiri enggak, Pak, kalau buat akun Instagram ini? Harus dari eh jenis konten promosinya seperti apa, gitu kan. Apa yang tidak boleh dipublikasikan di Instagram ini, gitu, Pak?
Narasumber	Ya, eh... itu SOP-nya dibuat oleh kantor pusat, ya, oleh bagian Humas. Eh, tapi yang kita terutama kita pedomani itu di cabang, itu ya karena ini plat merah gitu ya, jadi akun media sosial milik eh pemerintah, jadi ada rambu-rambu juga gitu. Jadi, tentu eh bahasanya harus formal, gitu ya.
Peneliti	Heem.
Narasumber	Kemudian juga konten-kontennya juga harus benar-benar yang edukatif, ya. Terus juga setiap pengaduan, komplain, itu harus

	segera direspons 1x24 jam itu harus direspons. Bahkan kalau diperlukan tindak lanjut sampai harus eh... door-to-door gitu, mengunjungi eh wajib pajak, gitu ya harus terpaksa dilakukan juga, gitu.
Peneliti	Kalau mau menanyakan, Pak. Eh, di Samsat Bandung II Kawalayaan ini pernah enggak, Pak, kalau misalkan kolaborasi atau endorsement atau promosi periklananlah, tentang seputar periklanan gitu? Itu pernah enggak, Pak?
Narasumber	Eh... pernah kita lakukan tuh skala kecil ya. Kebetulan waktu misalnya ada... sama nih waktu itu ada anak magang yang dia juga influencer gitu ya.
Peneliti	Iya.
Narasumber	Pemengaruh dia di... ya cukup banyaklah followers-nya, gitu.
Peneliti	Iya.
Narasumber	Nah, itu kita menggaet dia gitu untuk mempromosikan atau mensosialisasikan kegiatan.
Peneliti	Oh.
Narasumber	Kegiatan program, gitu. Pernah ada, skalanya kecil seperti itu.
Peneliti	Kalau misalkan terkhususnya buat eh program Kios Kasamsat itu sendiri, pernah enggak?
Narasumber	Kalau skala besar kita belum, ya. Heeh. Paling eh... itu bersifatnya bundling biasanya kalau misalnya ada liputan media dari eh RRI, ya, dari media mainstream-lah.
Peneliti	Heem
Narasumber	Itu dia kan punya medsosnya. Nah, itu eh bundling dengan media mainstream biasanya begitu.
Peneliti	Oh. Oh, pernah eh... biasa eh pernah tuh, Pak, kayak media-media lokal gitu, Pak?
Narasumber	Iya, pernah. Media... eh dia ngeliput misalnya eh kegiatan kita. Itu eh saya cek, eh ternyata di media sosialnya juga ada,

	gitu ya. Elshinta, misalnya gitu. Saya pernah diwawancara oleh Elshinta, itu di medsosnya posting juga.
Peneliti	Oh, gitu, gitu, gitu
Narasumber	Gitu
Peneliti	Berarti emang ada hubungan juga ya antara misalkan eh seperti Elshinta dengan Samsat Kawalayaan itu pernah ada wawancara?
Narasumber	Ya, ya yang sering tuh Elshinta, RRI, PRFM, ya. Gitu. Media... eh TV-nya ada beberapa tuh pernah. Media TV itu.
Peneliti	Heem.
Narasumber	Tapi biasanya ke sini tuh kalau ada program gedelah.
Peneliti	oh
Narasumber	Pemutihan, gitu kan, datang ke sini ngeliput. Tapi kalau buat program Kios Kasamsat itu eh enggak yang dikhususkan gitu ya, Pak?
Peneliti	Oh. Baik, Pak. Terus kalau untuk eh dalam kan eh di promosi Instagram ini kan ada namanya, Pak, eh Instagram Ads, gitu kan. Pernah enggak, Pak, eh... eh apa tuh, melakukan promosi lewat Instagram Ads itu, Pak?
Narasumber	Kita belum. Belum pernah, ya Heeh, belum pernah. Kalau misalkan untuk promosi dan eh promosi atau periklanan gitu di Samsat Kawalayaan ini,
Peneliti	apa ada anggarannya, Pak, untuk periklanan atau promosi...?
Narasumber	Nah, itu salah satu kendalanya... kendala utamanya itu. Tidak ada anggaran untuk Ads, ya, eh di media sosial. Bahkan di media mainstream juga enggak ada, gitu. Gitu.
Peneliti	Baik, Pak. Lanjut untuk eh... berarti kalau yang menentukan isi konten itu, Pak, eh dari pusat Bapenda itu, Jawa Barat?
Narasumber	Eh, berbagi, ya. Eh, ada konten yang sifatnya given, ya. Itu dari Bapenda pusat, ya kita istilahnya hanya repost... repost

	aja gitu, ya. Ada konten sendiri juga, gitu. Konten sendiri itu biasanya eh kita bagi beberapa model gitu kan, model yang harus kita custom-lah. Misalnya dikaitkan dengan hari libur, hari besar.
Peneliti	Ohhh
Narasumber	Atau eh kegiatan-kegiatan tertentu. Misal operasi gabungan, operasi khusus. Terus juga ada wajib pajak yang bayar... mengapresiasi wajib pajak yang ini ya, bayar...
Peneliti	Tetap waktu gitu?
Narasumber	Oh, eh yang gede, gitu ya. Dan banyak. Misal sekali bayar tuh ada 50 kendaraan, gitu. Jadi kita apresiasi, kita dokumentasikan, posting, kayak gitu.
Peneliti	Oh, dengan... oh gitu, gitu, ya, Pak. Terus eh... di dalam media sosial di Samsat Bandung II Kawalayaan ini kan eh... ada beberapa sih, Pak, yang dipakai? Platform apa aja sih, Pak, media sosial apa aja yang dipakai di Samsat Bandung II Kawalayaan ini?
Narasumber	Terutama sih hanya Instagram.
Peneliti	Oh, terutama Instagram.
Narasumber	Kita sih ingin fokus ya, biar eh... terutama... ini ya, apa... tertangani, gitu. Karena salah satu kelemahan kita juga SDM-nya.
Peneliti	SDM-nya di sini tuh eh enggak khusus gitu ya, dia nangani di media sosial. Tapi dia juga bertugas di ya keseharian...
Narasumber	Yang, yang lain gitu ya, Pak?
Peneliti	Iyaa betull
Narasumber	Berarti eh... kalau eh kenapa, Pak, kalau eh dipilih langsung media Instagram gitu? Enggak kenapa enggak Facebook, kenapa enggak TikTok, atau eh eh media sosial lainnya, Pak?

Peneliti	Ya, eh... itu sih karena kita menganggap ya karena 4 tahun yang lalu tuh lebih ik... apa namanya tuh, engagement-nya gitu, ya.
Narasumber	Ohh Iyaa
Peneliti	Engagement-nya lebih eh melihat Instagram lebih bagus waktu itu. Terus juga eh lebih populer kan?
Narasumber	Iya.
Peneliti	Artinya, le... eh teman-teman di SDM-nya juga di sini, sumber daya eh ini, personilnya, apa istilahnya tuh, admin?
Narasumber	Iya.
Peneliti	Dia lebih familier, gitu, dengan Instagram. Oh, oh, ya. Eh, untuk Bapak, ap... apakah ada eh kegiatan khusus kayak pengukuran efektivitas dalam penyampaian informasi atau promosi eh Kios Kasamsat itu eh per bulannya ada evaluasi gitu, pernah enggak, Pak, kalau misalkan?
Narasumber	Oh, evaluasinya kita kalau yang Kios Samsat tuh lebih kepada eh... kalau kita di institusi pajak, ya,
Peneliti	Iya.
Narasumber	evaluasinya konkrit ya ke realisasi bayar. Seberapa realisasi bayar masyarakat melalui Kios Samsat itu dalam sebulan misalnya gitu, atau dalam setahun. Itu evaluasi seperti itu.
Peneliti	Oh, jadi kalau misalkan Kios Samsat itu eh mengukur efektivitasnya dari eh berapa orang realisasi yang bayar?
Narasumber	Yang bayar. Gitu. Lanjut. Untuk ini, Pak, izin bertanya, untuk gimana, Pak, eh strategi penyebaran informasi tentang program Kios Kasamsat di Instagram, ya, agar masyarakat luas mengetahui dan memahami manfaatnya? Bukan sekadar melihat pengumuman resmi saja.
Peneliti	Ya, kita sih mix, ya. Pertama, posting dulu. Terus, sebar alatnya, gitu. Nah, kita alatnya Kios Samsat tuh kalau

	dibandingkan dengan Samsat yang lain, justru paling banyak. Kita ada 4 titik. Titik pertama di sini, di induk. Titik kedua di eh kantor Bank BJB Cabang Utama. Ketiga di Mall Kings Kepatihan. Keempat di Mall Pelayanan Publik. Ada 4.
Narasumber	Ada 4.
Narasumber	Kalau ngecek ke Samsat lain cuman satu tuh rata-rata. Gitu. Kita berani sampai 4 titik.
Peneliti	kenapa, Pak, eh diberanikan sampai 4 titik itu? Kenapa, Pak, alasannya?
Peneliti	Alasannya ya karena infrastruktur di Kota Bandung tuh lebih mumpuni ya, kita. Terus ya kita berharap juga bisa menjangkau masyarakat lebih banyak, gitu. Gitu. Oh, ya. Untuk... kalau untuk ini sendiri, Pak, eh peran Instagram untuk membentuk citra posi... positif ke masyarakat itu gimana, Pak?
Narasumber	Ya, se... sangat tinggi ya, peran Instagram untuk itu, ya. Pertama dari engagement-nya gitu ya, kita berhubungan dengan masyarakat itu. Kalau saya tuh berprinsip ketika ada pengaduan, ada komplain, itu harus tuntas, gitu. Itu dengan sendirinya akan eh membuat citra kita melalui media sosial itu lebih bagus. Harus fast respons gitu, ketika ada pengaduan cepat 1x24 jam itu harus direspons dengan cepat, bahkan harus ditindaklanjuti. Gitu. Jadi tidak hanya sekadar eh formalitas aja gitu kan, ada posting-posting, cuek, ya, jadi dibiarkan, gitu kan. Ada kom... pengaduan segala macam juga dibiarkan. Ada yang bertanya soal hal-hal bahkan hal-hal yang misalnya sensitif tentang tarif, gitu, kayak gitu, kita jelasin. Prosedur juga gitu kan, "Ini kenapa kok ada calo?" misalnya gitu. Kita bahkan kejar. Di mana, siapa, atas nama siapa gitu calonya. Kita punya komitmen layanan-layanan seperti itu

	harus clear. Gitu. Oh, berarti eh apakah eh ada tanggapan, berarti, ada kalau misalkan melalui apa sih, Pak, tanggapan dari atau opini publik yang sensitif seperti itu, Pak? Berbagai penjelasan.
Peneliti	Ya, kalau yang sensitif sekalipun itu kita kejar. Gitu. Kejar tuh ya biar ada... khawatir juga ada fitnah, gitu kan. Pernah ada pengaduan ya. Eh, kita kejar itu ya eh sumir gitu kan, kabur, enggak jelas siapa yang korbannya, gitu. Terus petugasnya siapa yang memang melakukan itu, gitu. Oh, seperti itu. Oh. Gimana, Pak, kalau buat rencana Bapak ke depannya untuk memperkuat peran Instagram media sosial ini untuk eh... atau adakah pelatihan SDM-nya atau seperti apa, gitu?
Narasumber	Ya. Pertama eh desain infografisnya itu harus diperbaiki, gitu kan. Kalau di teman-teman yang plat merah ini ya, kadang alakadarnya. Saya dorong yang admin di sosial media ini meleklah ya. Sekarang kan gampanglah bikin infografis tuh. Sudah banyak aplikasi, bahkan bisa melalui AI, gitu kan. Gitu. Jadi kita doronglah SDM-nya tuh, adminnya biar melek IT dulu, biar tadi secara konten, desain, itu lebih menarik dulu. Kemudian, caption itu kaitan dengan narasi, ya. Kaitan dengan bahasa. Nah, itu saya buat grup khusus di admin sosmed tuh, kehumasanlah ya. Jadi sebelum posting, bikin caption itu dia bikin dulu drafnya di situ. Nah, nanti sama-sama kita betulin, kita luruskan. Eh... jadi ya ini, paling penting itu ada forum diskusilah ya, gitu. Sambil mengembangkan tuh sambil ada saran, masukan. Oh. Jadi kalau misalkan... tapi kalau misalkan setiap posting-an ini eh sekreatif mungkin eh si pengelolanya atau eh Bapak eh harus ada arahan dari Bapak ini boleh posting atau ini tidak boleh, gitu?

Narasumber	Iya, heeh, tetap karena tadi kita eh institusi pemerintah, gitu kan. Approval tuh penting, gitu kan. Jadi, eh desain bagus, caption bagus gitu kan, eh ternyata misalnya itu sensitif, terlalu eh enggak bagus, ya enggak bagus kalau di-posting, itu ya kita hold gitu, kita tahan dulu. Apakah sebelumnya, Pak, ada masukan atau kritik ya, Pak, yang berulang dari masyarakat di Instagram yang disampaikan manajemen sebagai bahan pertimbangan kebijakan program Kios Kasamsat?
Peneliti	Ada, karena kita institusi layanan, biasanya komplain ya, pengaduan layanan, gitu. Pasti, ya? Melalui Instagram itu, media sosial. Seperti itu. Oh, berarti eh ada enggak, Pak, kalau misalkan tentang permasalahan ini, ketentuannya, kebijakannya, harus eh dengan cara apa, gitu, Pak?
Narasumber	Ya, jadi ya komplain itu kita biasanya breakdown dulu, ini masalahnya terkait kewenangan... kewenangan siapa. Misalnya kalau kaitan dengan tarif pajak, itu berarti kewenangan Bapenda, kita ya. Kita jelasin di media sosial itu. Kalau misal kewenangan tentang kepolisian, kita komunikasi dengan kepolisian, terus minta jawaban dari mereka, kemudian eh kita buat narasinya, jelaskan juga melalui itu. Seperti itu. Oke, Pak. Kalau misalkan untuk eh ada enggak sih, Pak, arahan resmi dari pimpinan tentang bagaimana admin memanfaatkan fitur interaktif yang eh di Instagram ya, seperti eh di kolom komentar, kan itu, terus di situ ada eh direct message atau DM, gitu, Pak, ya? Tanya jawab di Insta Story atau polling, itu ada enggak sih, Pak?
Narasumber	Ya, kita selalu ngarahin, ya. Eh, itu yang DM-DM itu, kalau itu misalnya perlu segera ditindaklanjuti, itu harus segera, gitu. Kita pernah ini, mendatangi wajib pajak ke rumahnya tuh

	dengan polisi, ya. Iya, iya. Nah, itu berawal dari direct message, gitu, keluhan tentang layanan. Gitu. Berarti eh menurut Bapak nih, seberapa penting, Pak, komunikasi dua arah dengan masyarakat dengan... dan instansi?
Narasumber	Sangat penting.
Peneliti	Sangat penting, ya.
Narasumber	Ya. Buat menghilangkan miskomunikasi itu sendiri, Pak, ya?
Peneliti	Betul.
Narasumber	Ini kalau untuk... ada enggak, Pak, pedoman... pedoman tentang penyampaian informasi langsung eh dari personal gitu, eh ke personal, kepada masyarakat gitu, melalui Instagram tentang program Kios Kasamsat itu sendiri, Pak?
Peneliti	Ya, kalau dalam bentuk pedoman yang dibukukan gitu ya, itu eh sejauh ini kita mengacu ke pedoman yang dibuat oleh Kominfo begitu ya. Oh, Kominfo. Kominfo, ya, ada Dinas Kominfo itu dia eh suka membagikan pedoman digital gitu, kaitan dengan tadi eh apa... tata cara misalnya penggunaan akun media sosial dalam... di media eh pemerintah, gitu kan. Kita mengacu ke situ biasanya. Oh. Terus eh... berarti cara memastikan jawabannya itu eh... akurat atau bijak itu gimana, Pak?
Narasumber	Eh tadi, jadi sebelum posting, baik itu konten maupun jawaban, itu harus ada approval dulu. Approval? Heeh, dari pimpinan, ya dari saya misalnya kalau di kita itu. Karena khawatir kurang tepat gitu ya, dalam menjawab misalnya, dalam merespons. Terus kalau menurut Bapak nih, apakah komunikasi langsung satu per satu lewat Instagram lebih efektif mendorong masyarakat menggunakan program Kios Kasamsat dibanding penyampaian informasi secara massal?

Peneliti	Eh, dua-duanya kita lakukan. Yang sifatnya masif gitu kan, kita broadcast gitu, ada, lakukan. Yang personal juga, melalui direct message, eh kita sangat pentingkan juga itu. Gitu, atau eh terutama sekali misalnya kaitan tadi ya, pengaduan. Gitu, itu itu harus cepat direspons. Gitu, jadi ya kita melihat sih yang personal-personal gini itu penting, penting, sangat penting gitu untuk direspons. Gitu. Kalau misalkan di Instagram Samsat Bandung II Kawalayaan ini, ada enggak sih, Pak, saluran khusus eh kayak di fitur Instagram sekarang kan sudah ada saluran khusus yang dikeluarkan broadcast dari eh si akun pengelola tersebut? Jadi dia ada informasi, bisa langsung dimasukkan situ. Jadi tanpa nunggu kan namanya posting-an, segala macam itu ada ada eh persiapan dulu kayak misalkan editing, segala hal gitu kan. Kalau misalkan secara khusus kan itu lebih cepat, lebih efektif, lebih eh gampanglah, mudah disebarlah ke masyarakat. Itu ada enggak, Pak?
Narasumber	Heeh, kita belum, eh belum melakukan ke sana.
Peneliti	Oh, belum ya, Pak?
Narasumber	Belum. Heeh, karena ini ya, mungkin perlu... perlu ini lagi, eh knowledge lagi gitu ya, teman-teman di bawah tuh di-upgrade lagi pengetahuannya tuh. Oh, gitu. Baik. Segitu aja, Pak, dari saya. Terima kasih banyak, Pak.
Peneliti	Oke, sama-sama.

2. Informan Utama

Nama: Bela Amanda (Admin Instagram)

Hari/Tanggal: Selasa, 16 Juni 2026 – Rabu, 17 Juni 2026

Waktu: 13.26-14.40

Tempat: Ruang Pojok Samsat

Topik Sesi: Dimensi *Advertising*, Dimensi *Public Relation*, Dimensi *Interactive Marketing*, Dimensi *Direct Marketing*

Bukti :



Sumber	Transkrip Wawancara
Peneliti	Oke. Jadi pertama gimana rutinitas harian itu?
Narasumber	Pertama aku dari bikin kontennya dulu. Per hari aku bikin konten itu dua konten. Jadi nah dari bikin konten, dari ngedit sampai diposting itu sama aku. Nah, kalau misalkan itu tuh kontennya itu berisikan tentang pendapatan sama pengaduan. Ada berapa gitu. Selain itu aku juga nge-posting atau me-repost dari Bapenda pusat juga. Itu keseharian. Jadi apabila ada update langsung dari Bapenda aku repost. Terus aku dari bikin konten, ngedit dan postingnya juga per harinya dua kalau untuk aku sih.
Peneliti	Dua ya. Misalkan kalau misalkan buat konten kayak promosi tentang Kioska Samsat itu gimana Teh?
Narasumber	Kalau Kioska Samsat kita itu langsung me-repost dari Bapenda kebetulan. Nah Bapenda kan sering bikin konten tentang Kioska, jadi kita me-repost

	langsung dari Bapenda-nya. Kalau misalkan kita membuat sendiri itu tentang pendapatan sama pengaduannya saja.
Peneliti	Oh gitu. Terus kalau buat prosesnya Teh, pembuatan konten iklan promosi yang dilakukan dari awal sampai siap itu tuh melibatkan siapa saja sih atau apa saja gitu?
Narasumber	Jadi kita tuh ada tim humas juga dari Samsat itu. Jadi melibatkan tim humas. Nah, yang kita baru dapat informasi dari Bapenda Pusat juga kalau misalkan aku itu harus konsisten orangnya itu itu lagi itu lagi gitu. Nah tim humasnya tuh ada aku sama Teh Nina. Kalau untuk PIC-nya ada Teh Olip sama Pak Ruli.
Peneliti	Jadi kalau misalkan apa sih tentang tentang penguploadan promosi Kioska Samsat itu berarti itu selalu repostan dari Bapenda gitu. Kalau misalkan ada nggak ketentuan soal Teteh itu panduan visual resmi dari Bapenda-nya harus ada apa, harus ada apa-nya gitu. Itu ada ada nggak?
Narasumber	Kalau panduan ya, panduan untuk..
Peneliti	Kayak misalkan kayak panduan warna, warna font, atau adalah harus ada logo, harus ada voice-nya kayak gimana?
Narasumber	Nah kebetulan untuk saat ini tuh kita tuh dibebaskan gitu untuk berkreasi, sekreatif mungkin gitu.
Peneliti	Oh berarti belum ada ya. Belum ada panduan yang khusus gitu buat penguploadan konten.
Narasumber	Iya. Kalau misalkan untuk cara membalas WhatsApp atau DM itu ada panduannya. Tapi kalau untuk cara bikin konten itu di sekreatif mungkin saja gitu.

Peneliti	Oh ya kalau misalkan yang sudah ada panduannya itu soal balas DM atau WhatsApp gitu, gimana Teh? Panduannya tuh gimana?
Narasumber	Nah, panduannya tuh misalkan cara membalas orang yang misalkan gimana ya bentar.
Narasumber	Ada sih di ini. Di komputer ada sih di komputer tapi udah dihapus deh.
Peneliti	Oh ya.
Narasumber	Heeh. Itulah, berarti emang emang ada panduannya tersendiri lah ya gitu ya buat balas DM-nya. Kalau misalkan nih Teteh kan mau nge-upload konten nih, soal misalkan terkait program Kioska Samsat itu sendiri, itu ada nggak sih kayak Teteh harus konfirmasi dulu ke siapa, ke siapa-nya buat persetujuan gitu. Oke. Jadi kalau misalkan untuk persetujuan kita persetujuannya itu harus langsung dari PIC dulu. Karena PIC itu harus konfirmasi ke Bapenda Pusat. Karena kita harus sama nih kayak gini gini gini gitu. Jadi dari dari aku ke PIC baru ke pusat
Peneliti	alurnya seperti itu ya, Jadi kalau soal apa perlu ke Pak Kapus dulu gitu?
Narasumber	Enggak.
Peneliti	Oh enggak perlu ya?
Narasumber	Karena kita ada PIC tim humasnya. Jadi langsung tertuju langsung ke Bapenda Pusat.
Peneliti	Oh langsung tertuju ke sana. Baik. Kalau misalkan pernah nggak sih kayak konten-konten tentang program Kioska Samsat itu atau konten lain dalam konten Instagram ini ada pernah pakai Instagram

	Ads atau yang berbayar gitu, iklan berbayar itu ada pernah nggak sih?
Narasumber	Enggak sih. Untuk saat ini enggak pernah.
Peneliti	Oh enggak pernah ya.
Narasumber	Karena kan kita suka di-repost juga oleh Bapenda Pusat. Jadi konten-konten kita itu disupport juga oleh Bapenda Pusat, di-repost, di-like dan lain-lain gitu oleh Bapenda Pusatnya.
Peneliti	Kalau, kalau misalkan mau mempromosikan tentang Kioska Samsat ini topiknya atau temanya itu diangkat, diangkat khususnya yang berkaitan dengan ini apa sih Teh? E coba bentar, bingung ya.
Narasumber	Nih kalau misalkan bagaimana cara menentukan topiknya nih. Topik tentang promosi terkait program Kioska Samsat itu gimana?
Peneliti	Jadi kalau misalkan untuk topik, bikin kontennya mungkin ya. Jadi mungkin topiknya tuh gimana cara membayar di Kioska Samsat. Jadi cara langkah-langkahnya gitu. Jadi kita kan banyak juga ya orang yang bingung, meskipun itu kan layanan mandiri ya. Jadi kita tetap arahkan untuk langkah-langkahnya seperti apa. Jadi masih banyak yang bingung juga caranya seperti apa, jadi kita membuat konten untuk langkah-langkah Kioska Samsat.
Narasumber	Oh kalau misalkan buat konten Kioska Samsat itu harus sendiri gitu ya. Terus kalau misalkan seberapa sering sih konten terkait Kioska Samsat itu dipublikasiin dibanding konten lainnya?
Narasumber	Oke. Kalau misalkan untuk saat ini kita belum fokus lagi ke Kioska Samsat gitu ya. Karena yang sedang

	difokusin itu tentang pendapatan sama pengaduan yang sering rutin ya. Tapi untuk kemarin-kemarin karena Kioska Samsat itu di ada di mall sama ada di beberapa tempat umum gitu, heeh. Jadi kita membuat konten itu dibantu juga oleh pihak Bapenda gitu, lagi-lagi Bapenda lagi gitu.
Peneliti	Oh tapi berarti setiap apa yang ini tentang program-program itu selalu Bapenda gitu.
Narasumber	Betul.
Peneliti	Oh jadi di akun Instagram Bandung 2 Kawalayaan ini berarti cuma repost-repost gitu ya.
Narasumber	Iya, jadi kita juga bisa saja membuat konten seperti itu gitu. Tapi karena kita waktunya ini gitu ya. Jadi yang sangat difokuskan itu dan ditekankan oleh sananya tentang pengaduan sama pendapatan dulu gitu. Tapi kita bisa saja untuk membuat konten kayak Kioska Samsat seperti itu. Dan sudah pernah juga beberapa kali gitu. Jadi kalau misalkan untuk Kioska Samsat apabila nanti diperlukan, mungkin dibuat lagi.
Peneliti	Oh iya oke. Lanjut, kalau misalkan gimana cara Teh Bela ini menyampaikan informasi resmi tentang program Kioska Samsat agar mudah dipahami semua kalangan masyarakat itu gimana?
Narasumber	Jadi kita menjelaskannya itu sebagai kayak tahapannya. Karena dari Kioska Samsat itu ada tahapan yang sebetulnya enggak enggak susah gitu. Jadi dari tahapannya pun tinggal jadi gimana ya?
Peneliti	Maksudnya kayak eh di Kioska Samsat itu sebetulnya enggak sulit. Jadi, apabila langsung

	melihat layarnya itu langsung ada langkah-langkahnya juga. Jadi sebelum masuk ke Kioska Samsat sudah ada tampilannya langkah-langkahnya. Nah itu biar sebetulnya wajib pajak memudahkan juga untuk melihat tahapannya itu seperti apa.
Narasumber	Oh berarti kontennya tentang tentang tahapan-tahapan cara pemakaian Kioska Samsat itu sendiri ya? Iya dan layarnya pun itu sudah ada tahapannya sebetulnya. Oh, di layarnya pun sudah ada tahapannya.
Peneliti	Sebelum masuk ke menunya.
Narasumber	Terus kalau misalkan cara Teh Bela nih nanangin komentar negatif, kritik atau keluhan masyarakat yang masuk nih lewat DM, WhatsApp atau komentar di konten Instagram tuh gimana?
Peneliti	Nah balik lagi sama yang tadi aku udah bilang, karena untuk menanggapi persoalan itu sudah ada panduannya.
Narasumber	Oh ya panduannya.
Narasumber	Sudah ada panduan, yang kita bisa tiru dan dimodifikasi juga gitu. Selain ditiru dimodifikasi juga sesuai dengan permasalahannya apa.
Peneliti	Terus kalau Instagram ini digunain secara aktif untuk membangun kepercayaan ke masyarakat gitu?
Narasumber	Betul. Iya betul, Bang. Karena kita juga berusaha untuk memberi kepercayaan dan kenyamanan juga untuk wajib pajak biar mudah mengaksesnya gitu.
Peneliti	Berarti kalau misalkan buat kolaborasi akun Instagram ini sama akun Instagram lain berarti

	pokoknya SP3DW Bandung 2 Kawalayaan ini selalu kolaborasi sama Bapenda?
Narasumber	Betul. Pernah juga ada kolaborasi dengan akunnya yang ada di MPP, gitu. Oh. Mall pelayanan publik itu kita kolaborasi juga, karena salah satu di Mall Pelayanan Publik itu ada ada pajak tahunan Samsat outlet di sana.
Peneliti	Terus kalau misalkan itu teh pernah nggak sih kayak kolaborasi sama influencer-influencer buat memperkenalkan program Samsat dan program Samsat itu juga gitu?
Narasumber	Jadi pernah saat itu tuh pernah ada selebgram dan lain-lain datang ke Samsat kita ke sini. Jadi sekalian juga dipromosikan. Juga kita bantu prosesnya seperti apa dan beliau juga memberi ulasan. Oh, untuk Samsat Kawalayaan dengan membuat video tersebut. Oh, pernah, pernah buat video pernah kolab gitu ya? Iya.
Peneliti	Oh, oke. Terus kalau misalkan pernah nggak sih teh kalau misalkan kampanye atau program khusus yang mendorong masyarakat ini buat aktif di Instagram misalnya kayak kuis atau challenge gitu, giveaway informasi gitu, pernah nggak sih dilibatin, belum ya?
Narasumber	Belum kayak, belum sempat apa ya, membuat kayak gitu kuis dan lain-lain.
Narasumber	Oh, itu belum challenge kayak misalkan nih wajib pajak yang berhasil mempromosikan tentang program-program kita belum, gitu ya? Oh itu belum ya. Terus kalau konten apa sih Teh, kalau misalkan yang paling banyak nih engagement-nya? Kayak

	banyak like-nya, banyak komennya tuh biasanya konten apa?
Peneliti	Nah, biasanya itu yang terakhir gitu banyak komenan, itu balik lagi ke kayak waktu itu, kayak ada apa ya, tergantung ya, sebentar.
Narasumber	Misalkan contoh ada info tentang Samsat keliling atau Kioska Samsat juga, gitu. Jadi banyak yang nanya ini ee tempatnya betul di sini dari mana sampai mana? Gitu. Jadi kayak sebetulnya udah ada tertera juga di posternya, tapi kadang ada yang nggak baca atau kayak gimana. Jadi komen, gitu. Mungkin dianya mau make sure aja gitu untuk itu. Jadi banyak yang tanya tentang hari ini masuk nggak ya kayak gini gini gini? Di komenan tersebut.
Peneliti	Oke, informasi itu. Kayak gitu ya. Biasanya banyak konten apa, Teh?
Narasumber	Nah konten yang seperti ini, bikin poster-poster kayak gini.
Peneliti	Oh di desain grafis ya? Oh, itu banyak ke situ?
Narasumber	Banyak lumayan banyak yang komen gitu. Kalau untuk yang lain sih sama-sama saja sih, kebanyakannya gitu. Gitu.
Peneliti	Terus kalau misalkan kendala terbesar yang dihadapi sama Teh Bela itu dalam menjaga konsistensi interaksi dengan masyarakat di Instagram tuh gimana?
Narasumber	Gimana, gimana?
Peneliti	Kendala terbesar. Oh kendala.

Narasumber	Kendala terbesar buat yang di Teteh Bela hadapin dalam menjaga konsistensi interaksi masyarakat itu gimana di Instagram?
Narasumber	Nah kalau misalkan kita kan sebetulnya kita itu membalas WhatsApp dan lain-lain itu pas jam kerja. Tetapi ada juga kita itu bukan hanya di Instagram, tapi ada curhat Bapenda dan itu tuh harus 24 jam. Kita itu harus kayak entah libur atau apapun itu kita itu harus tetap membalas curhatan-curhatan Bapenda tersebut. Gitu, jadi, nah itu kadang menjadi kendala itu gitu. Entah kitanya kurang sinyal atau apa. Tetapi kita harus tetap konsisten membalas itu gitu.
Narasumber	Walaupun di situasi apapun ya, di mana pun itu. Berarti buat itu enggak ada enggak ada khususnya misalkan dari Teteh Bela megang Instagram aja gitu, kan fokus di Instagram. Kalau misalkan Ibu Dina itu, pengolahan itu belum ada ya?
Narasumber	Belum ada, karena kita bareng-bareng saja sih.
Peneliti	Oh jadi bareng-bareng aja emang enggak ada khususnya Teteh bela harus megang apa, betul. Karena itu tuh sebetulnya itu. Iya, cup cup. Oke siap, siap, siap. Terus buat dimensi terakhir nih, Teh, kalau misalkan apakah Instagram ini digunakan untuk mengirimkan informasi secara personal kepada masyarakat? Misalkan melalui DM atau broadcast, gitu?
Narasumber	Iya. Ee iya.
Peneliti	Iya?
Narasumber	Iya, betul.
Peneliti	Informasinya jenis apa aja biasanya?

Narasumber	Informasi ee kayak gimana?
Peneliti	Emm ngirim broadcast ke masyarakat?
Narasumber	Oh iya. Jadi, ngirim nah balik lagi kalau misalkan tentang broadcast itu yang kayak gitu itu semuanya dari Bapenda. Gitu, jadi kayak untuk yang belum bayar pajak dan lain-lain itu diberitahu oleh di WhatsApp, Gmail atau apapun itu, itu langsung dari Bapenda Pusat.
Peneliti	Oh, gitu.
Narasumber	Jadi bukan kita mengkhususkan dari sini.
Narasumber	Kalaupun kita pernah sih kayak em kayak membalas kayak mengasih surat, kayak gitu. Nah itu tuh maksudnya ke KTD U atau kayak apa ya? Nah KTD U itu memberitahukan bahwa kendaraan itu belum bayar pajak dengan memberikan surat langsung oleh petugas atau langsung dari JNE atau ekspedisi lain. Oh gitu ya. Kalau misalkan sejauh ini nih, seberapa efektif nih penyampaian informasi langsung melalui Instagram itu menurut pengalaman Teteh gimana? Seberapa efektif dalam lewat Instagram penyampaian informasi?
Narasumber	Sebetulnya benar-benar efektif ya, sangat efektif gitu, karena enggak semua wajib pajak itu ada di Bandung. Jadi enggak semua orang itu bisa langsung ke Samsat Induk untuk menanyakan hal tersebut. Jadi itu tuh salah satu untuk membalas, untuk menanyakan informasi itu langsung di via Instagram gitu.
Peneliti	Oh, oke. Kalau kendala teknis operasional tuh yang paling sering dihadapi dalam pelaksanaan

	pemasaran langsung lewat Instagram tuh apa? Teknis soal teknis.
Narasumber	Emm, soal teknis ya. Iya itu sih kalau teknis tuh kayak pembuatan videonya atau pengeditannya.
Narasumber	Kalau awal-awal banget iya? Tentang pas ngedit videonya gitu, aduh ini kayak gimana. Kadang nah itu saat pembuatan videonya, saat pembuatan video, saat ngedit videonya juga. Oh, itu yang jadi kendala teknis itu ya.
Peneliti	Kalau misalkan dari semua permasalahan selama Tete Bela pegang itu hal yang pengen ditingkatin itu apa sih? Atau pengen diubah itu apa sih dari cara pengelolaan Instagram ke depannya gitu, khususnya dalam penyampaian gitu?
Narasumber	Sebetulnya untuk saat ini itu yang pengen diubah sebetulnya gimana ya? Eh harusnya kalau menurut aku nanti harus ada yang sangat difokuskan untuk itu. Gitu untuk bagian itu. Jadi biar lebih efektif juga membalas komentarnya lebih cepet, balas pesannya juga lebih cepet, gitu biar lebih efektif. Itu harus ada orang yang benar-benar fokusnya dalam situ.
Peneliti	Oh, jadi kalau misalkan harus punya divisi yang khusus yang jelas job desc-nya. Kalau misalkan sekarang kan masih bareng-bareng gitu ya.
Narasumber	Iya, betul. Gitu.
Peneliti	Terus, ada nggak sih Teh kayak visi misi kayak buat visi misi dalam pengelolaan Instagram tuh ada nggak sih? Kayak misalkan harus misinya nih pokoknya udah pokoknya targetnya harus di sini, ke sini, apa gitu?

Narasumber	Untuk saat ini belum.
Peneliti	Belum. Karena emang belum terfokuskan benar-benar gitu ya.
Narasumber	Iya, jadi untuk saat ini belum.
Peneliti	Izin lanjut lagi ya, Teh, buat wawancara terkait pengelolaan media sosial ini di akun Samsat Bandung II Kawalayaan. Buat tujuannya apa sih, Teh, buat konten video itu?
Narasumber	Jadi, yang pertama itu salah satunya meningkatkan kesadaran masyarakat, ya, bahwa pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor itu tuh merupakan kewajiban yang penting, gitu. Yang kedua, memberikan edukasi mengenai sumber pendapatan daerah yang berasal dari pajak kendaraan dan kontribusinya bagi pembangunan, gitu. Yang ketiga, meningkatkan kepatuhan wajib pajak agar masyarakat membayar pajak tepat waktu juga, gitu. Yang keempat, membangun transparansi dan akuntabilitas dengan tujuan menunjukkan bagaimana pendapatan Samsat berperan dalam mendukung pelayanan publik dan pembangunan daerah, gitu. Yang kelima itu, meningkatkan kepercayaan masyarakat. Yang itu yang paling penting itu, meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan kita memberitahukan dan membuat konten tentang pendapatan dan pengaduan, gitu.
Peneliti	Oh, kalau misalkan untuk... kalau konten yang memperkenalkan program Kioska Samsat itu sendiri, Teh? Ini kan... ini Teteh tujuannya buat ke orang barukah, atau mengajak yang sudah tahu untuk

	mencobakah, atau mengingatkan pengguna lama, atau memperkuat kepercayaan kalau tujuan itu?
Narasumber	Itu tujuannya semua kalangan, ya, pasti. Dari yang belum pernah, dari yang udah pernah juga kita mengingatkan lagi. Dari yang... mungkin dari semua kalangan dan kita semua juga butuh tahu itu. Jadi... jadi untuk semua kalangan ya, tentunya, terus memberikan kepercayaan kepada wajib pajak juga, gitu.
Peneliti	Oh, gitu. Terus kalau misalkan untuk proses gimana sih proses nentuin isi pesan dalam setiap kontennya, Teh, tentang program Kioska Samsat? Apakah bebas berkreasi mengikuti arahan dari atasan, gitu, atau mengikuti dari arahan dari atasan kalau program Kioska... buat program Kioska Samsat?
Narasumber	Oke. Jadi kalau misalkan untuk konten, sebetulnya kita dibebaskan, gitu, untuk berkreasi semenarik mungkin dan sekreatif mungkin. Tapi, kalau misalkan untuk isi dari konten tersebut, kita ada... ada arahan dari Bapenda Pusat. Karena balik lagi, yang memegang sosmed itu sebenarnya dari Bapenda Pusat, dan kita hanya cabang yang diarahkan untuk membuat konten tersebut, gitu.
Peneliti	Oh, gitu. Terus kalau buat format konten yang sering dipakai buat promosi program Kioska Samsat itu apa ya, Teh? Kayak... atau foto, video, <i>reels</i> , infografis, atau komidi gambar (<i>carousel</i>) gitu?
Narasumber	Kita itu ada dari video juga, video <i>reels</i> itu, terus kayak apa ya... kayak... apa sih?
Narasumber	Desain?

Peneliti	Desain, ya, itu juga, desain grafis itu juga ada. Terus dari video... yang paling sering itu video. Karena itu lebih apa ya, lebih...
Narasumber	Tahap-tahap ya?
Narasumber	Iya, tahapannya lebih pasti juga dan lebih... gampang dipahami aja.
Peneliti	Oh, gitu. Berarti memang tujuan buat... buat konten video itu buat digampang dipahami, gitu ya. Kenapa video ya buat dipahami, gitu. Kalau misalkan, Teh Bela ini rutin enggak ngecek Instagram, Instagram Insight, untuk melihat konten seperti jangkauan, tayangan, <i>engagement</i> , atau pertumbuhan <i>followers</i> ?
Narasumber	Kalau pertumbuhan <i>followers</i> , ya kita pun setiap hari itu ngecek juga, gitu. Tapi untuk Insight, itu kita tidak terlalu terfokuskan untuk saat ini, gitu. Tapi untuk <i>followers</i> atau sosmed, kita selalu cek setiap hari, gitu. Antara mungkin yang dilihatnya bukan tentang Insight-nya tapi tentang orang yang menanyakan pajak, ada di DM, komentar, dan lain-lain. Jadi, reposan dari Bapenda kita repos itu setiap hari dan kita selalu cek itu, gitu.
Peneliti	Oh. Terus kalau... kalau setelah apa sih, Teh? Misalkan, kalau saya analisis, kan udah lumayan juga nih <i>followers</i> -nya, walaupun dibanding Samsat yang lain, akun sosial media Samsat II Kawalayaan ini terendah <i>followers</i> -nya, jumlah <i>followers</i> -nya itu terendah di 6.000. Sedangkan di Samsat Bandung Barat di 7.000, dan di Samsat Bandung Timur kan di 9.000-an ya. Ini kan udah lumayan... kalau menurut

	saya ini udah lumayan gitu ya jumlah <i>followers</i> 6.000. Di saat apa, Teh, jumlah <i>followers</i> itu naik?
Narasumber	Nah, biasanya di setelah kita membuat konten, bisa jadi itu tuh masuk ke FYP orang lain yang membuat orang lain itu tahu kalau misalkan ada akun Samsat yang muncul di akun mereka, dan mungkin mereka tuh membutuhkan informasi jadi mereka <i>follow</i> , gitu. Setelah membuat konten biasanya.
Peneliti	Biasanya? Pasti ada aja gitu?
Narasumber	Ada aja yang <i>follow</i> . Setiap hari pun ada aja yang <i>follow</i> -nya. Setelah membuat konten pasti ada notifikasi di- <i>follow</i> , atau ada yang <i>follow</i> , gitu.
Peneliti	Berarti kalau... kalau kayak gitu di biasanya di konten apa banyaknya?
Narasumber	Konten pendapatan, dan Kioska juga, salah satunya Kioska juga.
Peneliti	Oke. Kalau misalkan untuk penyebaran informasi programnya, Teh, ini kan gimana cara Teh Bela ini menyajikan informasi program Kioska Samsat di Instagram biar menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat umum?
Narasumber	Nah, biar mudah dipahami tentunya itu tahapannya yang jelas. Tahapannya itu jelas, dan dengan tulisan yang jelas juga, dan ada voice over-nya juga, gitu. Mungkin ada yang tidak bisa mendengar dan mungkin ada yang kurang jelas mendengarnya jadi sama bacaannya juga ada, gitu. Jadi langkah-langkahnya yang pasti aja sih dan mudah dipahami, gitu.

Peneliti	Oh, kalau kayak... biasanya ada enggak sih, Teh, konten-konten yang kayak lebih ke humanis, yang enggak kaku, enggak yang terlalu resmi, itu ada enggak?
Narasumber	Ada.
Peneliti	Contohnya?
Narasumber	Contohnya jadi yang balik lagi, karena kita harus membuat konten itu sekreatif mungkin, jadi kontennya itu kita apa...
Narasumber	Yang... yang enggak kaku tadi. Iya, yang enggak kaku, nonformal, humanis, ya. Jadi kita sekreatif mungkin membuat itu tuh tidak terlihat kaku, dan itu biasanya kita lakukan juga di beberapa waktu untuk membuat konten. Jadi termasuk konten Kioska Samsat juga, dan konten-konten lainnya. Jadi kita nonformal juga banyak, dan memang diharuskannya seperti itu.
Peneliti	Oh, kalau misalkan, Teh, gimana Teh Bela ini menjaga tampilan dan gaya bahasa akun Samsat Bandung II Kawalayaan ini buat terlihat lebih profesional sekaligus mudah dipahami semua kalangan?
Peneliti	Jadi gimana, Teh, buat... buat menjaga tampilan dan gaya bahasa akun Samsat Bandung II Kawalayaan ini buat... kelihatan lebih profesional gitu, sekaligus mudah dipahami semua kalangan?
Narasumber	Oke. Biasanya aku menjaga konsistensi identitas visual akun dengan menggunakan desain yang rapi, warna yang sesuai dengan identitas instansinya, terus serta informasi yang jelas dan tidak berlebihan,

	kayak gitu. Untuk gaya bahasa, saya menggunakan bahasa Indonesia yang baik sih, sederhana, yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, setiap konten diperiksa kembali agar informasinya itu akurat, sopan, sama tidak menimbulkan kesalahpahaman, gitu.
Peneliti	Siap. Kalau buat akun ini, bekerja... pernah bekerja sama enggak sih, Teh, sama media lokal seperti Tribun, atau Bandung Bergerak, hal-hal yang media lokal, atau akun pemerintahan lain, entah atau juga pun bisa dari komunitas virtual atau <i>influencer</i> gitu, untuk menyebarkan informasi program Kioska Samsat itu sendiri?
Narasumber	Iya, betul. Kerja sama sama berbagai pihak media lokal ya, akun pemerintah lainnya juga, dan komunitas yang sangat penting untuk memperluas penyebaran informasi. Melalui kolaborasi itu pun, informasi mengenai program Kioska Samsat yang menjangkau masyarakat yang lebih luas, terus meningkatkan interaksi di media sosial juga, gitu, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelayanan dan program yang disediakan oleh Samsat, gitu.
Peneliti	Terus kalau misal... berarti boleh disebutkan, Teh, media apa aja yang pernah... salah satu aja, Teh.
Narasumber	Salah satunya tuh ada PRFM
Peneliti	PRFM?
Narasumber	Iya, yang itu lumayan ini juga sih, lumayan banyak <i>followers</i> -nya juga di Instagram.
Peneliti	Yang kayak gitu terkait apa, Teh?

Narasumber	Itu tuh sebenarnya radio, ya. Radio sih, dan itu pun ada di Instagram, gitu. Dan itu lumayan aktif juga di Instagram, <i>followers</i> -nya lumayan banyak juga. Dan kita udah beberapa kali bekerja sama dengan yang hal tersebut.
Peneliti	Media lokal gitu ya, Teh. Buat Teh Bela ini, kalau buat pemakaian fitur interaktif di Instagram tuh apa aja sih, Bu, yang... eh, Teh, yang pernah... apa aja sih fitur interaktif Instagram yang pernah dipakai? Kayak contoh ada kan... ada kolom komentar salah satunya, terus ada DM ya, <i>direct message</i> , terus tanya jawab di Insta Story, atau <i>polling</i> pun ada gitu kan. Atau hal lainnya gitu yang... yang paling efektif itu gimana?
Narasumber	Yang paling efektif itu fitur Live sih, ya, sebenarnya, Live Instagram, gitu. Yang pernah dilakukan beberapa kali saat itu, gitu, untuk berinteraksi langsung dengan wajib pajak dan langsung dijawab juga, gitu. Itu paling ini sih, sebenarnya paling efektif, gitu. Tapi untuk saat ini yang sering dilakukan itu fitur DM untuk membalas pertanyaan-pertanyaan wajib pajak, dan kolom komentar gitu untuk membalas juga pertanyaan wajib pajak juga, gitu. Untuk <i>polling</i> saat ini belum.
Peneliti	<i>Polling</i> saat ini belum ya. Kalau pernah enggak, Ibu Bela ini, buat konten interaktif... interaktif gitu ya, seperti yang kuis atau sesi tanya jawab di Live gitu ya, terus respons masyarakatnya tuh gimana?
Narasumber	Respons masyarakat tentunya sangat antusias, ya, untuk memberikan pertanyaan dan menanyakan

	semuanya tentang pajak, gitu. Jadi, wajib pajak itu sebetulnya sangat membutuhkan hal tersebut, gitu. Makanya sempat dilakukan juga untuk...
Peneliti	Sesi Live itu ya?
Narasumber	Iya

3. Informan Ahli

Nama: Fadlan Aulia (Informan Ahli)

Hari/Tanggal: Selasa, 16 Juni 2026

Waktu : 13.26-14.40

Tempat : Coffe shop

Topik Sesi : Dimensi *Advertising*, Dimensi *Public Relation*, Dimensi *Interactive Marketing*, Dimensi *Direct Marketing*

Bukti :



Sumber	Transkrip Wawancara
Peneliti	Penelitian saya ini kan judulnya tentang pengelolaan media sosial Instagram untuk promosi dan informasi program Kiosk Samsat.
Peneliti	Oke, kebayang.
Peneliti	Terus menurut pengamatan Kang Fadlan nih, gimana nih akun Instagram untuk penilaian umumnya lah terhadap kualitas konten buat periklanan atau promosi program Kiosk Samsat ini?
Peneliti	Kalau yang saya lihat, kalau dari POV saya mah lebih ke ini mungkin ya, lebih fokus ke visualnya kali ya. Kalau dari sisi

	visualnya sih, dia udah cukup ini ya, cukup cukup oke lah gitunya. Informatif juga terus dari sisi keterbacaan tulisannya juga masih ya standar lah gitu ya, nggak nggak yang terlalu kecil banget gitunya. Oke lah rus ini mah. Cuman memang ini ya, kalau ini mah, agak miss nya tuh kayak semacam ini nih, pemilihan cover-nya mungkin ya, kayak tulisannya jadi nggak kurang agak kurang sempurna gitu ya. Ini kan harusnya nah, pas ini gitu ya, pengaduan bla bla segala macam. Pas di kayak gini pas di thumbnail-nya cuman pen doang gitu kan. Itu sih agak miss-miss di situnya aja.
Peneliti	Kalau dari sisi penyampaian informasinya dia ini sudah cukup jelas gitu ya. Terutama sih yang soal update pendapatan gitu ya. Ee dia disampaikan ee pakai konsep kayak semacam ada ee orangnya di situ, talent-nya di situ, gitunya. Terus ee total pengeluaran segala macam gitunya, rinciannya gitu maksudnya. Ee ada juga di situ dicantumkan sama dia, jadi ya cukup ee informatif dan transparan. Meskipun memang dari sisi interaksinya agak agak kurang gitu ya. Mungkin ya sedikit orang mungkin ya yang ee konsen dan apa namanya? Membutuhkan informasi ini mungkin. Meskipun memang ditunjukkannya ya untuk seluruh warga yang bayar pajak terutama gitu ya. Gitu sih.
Peneliti	Oke. Siap. Kalau misalkan, ini kalau misalkan buat penggunaan fitur-fiturnya, Kang, kayak stories, reels, highlight, hashtag, atau geotag itu buat akun ini?
Peneliti	Geotag tuh apa ya? Oh, ini lokasi ya?
Peneliti	Lokasi, betul.
Peneliti	Gimana-gimana
Peneliti	Ee buat akun ini, buat akun @samsat_bandung_II_kawalayaan, kalau yang ini gimana, Kang? Udah optimal atau ada yang perlu ditingkatkan lagi, Kang?

Peneliti	Oke. Kayaknya kalau dari sisi seberapa aktifnya dia kalau dilihat dari stories sekarang aja sebetulnya belum ada gitu ya. Entah memang nggak ada yang harus di ke harus dimasukin story atau gimana. Kalau dari highlight sih cukup rapi itu kalau dari saya gitu ya. Ee ada soal jadwal dan apa ini? Jadwal dan lokasi gitu ya. Di sini juga, ya, oke lah gitu ya, ee infografisnya cukup ee informatif gitu. Terus call center juga ada cara bayar, segala macam, pemutihan. Lengkap sih kalau di highlight. Kalau di tag, kalau sekarang kan konten nggak melulu dilihat dari tag gitu ya, jadi sebetulnya itu cukup, udah ya cukup banget lah gitu ya, cukup dengan tag, apa namanya? Instansi dianya aja gitu sih. Kayaknya memang tag-tag yang emang wajib gitu. Bapenda Jabar gitu ya. Samsat Jabar sama update pendapatan. Nah mungkin ini dia emang nggak bahas soal update pendapatan, makanya dicantumin di tag itu gitu.
Peneliti	Gimana? Pertanyaannya gimana?
Peneliti	Ini untuk video terkait postingan Kiosk Samsat saat ini menurut Kang Fadlan bagaimana Kang? Untuk dari penyampaiannya atau dari segi public relation nya Kang, bagaimana Kang?
Peneliti	Oke. Tapi itu aman ya? Sebetulnya ada suaranya ya?
Peneliti	Ada, ada, ada suaranya.
Peneliti	Bisa di-share link gak, di chat? Di chat WA.
Peneliti	Bisa, Kang, bisa.
Peneliti	Oke, sebetulnya ini tuh untuk ini ya update pengaduan gitu ya, cuman dia hook pertamanya emang menampilkan seolah-olah memang mempromosikan tentang si Kios Samsat ini, ini gitu ya harus ya?
Peneliti	Iya Kang, iya Kang. Dan emang rata-rata tuh setiap postingan dia itu selalu dari repost-an Bapenda Kang.

Peneliti	Oh, oke, oke, oke. Sebetulnya untuk yang terkait repost-an memang gak ada masalah ya, karena memang dia kan menginduknya ke Bapenda gitu ya. Jadi informasi yang memang disampaikan sama Samsat juga pasti bersumbernya dari Bapenda gitu ya. Nah ini kaitannya dengan isi kontennya, kalau saya pikir sih udah menarik gitu ya, dia udah kayak bikin orang penasaran gitu ya, si Kiosk itu apaan gitu, dia di awal juga sempat menjelaskan sekilas terkait dengan Kiosk nya. Cuman memang kalau dari sisi pengambilan gambar dan lain-lainnya kayaknya ini masih bisa dimaksimalin lagi gitu ya, karena bisa dilihat juga LED yang dishoot sama kamera ini, bahkan itu terkesan backlight gitu ya. Gak terlalu jelas isi informasi di LED itu sendiri. Sebetulnya kalau misalkan dia pindah posisi buat ngambil angle kameranya mungkin itu bisa lebih oke gitu ya, jadi lebih kelihatan. Bahkan nanti ketika struknya tadi keluar juga itu kayaknya bisa jadi angle shot yang berbeda juga gitu. Jadi detailnya tuh ada gitu. Kalau ini ya emang nge-flat aja si kameranya, stay di situ gitu ya. Cuman secara keseluruhan sih, ya udah oke lah gitu ya, udah cukup informatif cuman lebih ke pengemasan visualnya aja ya, mungkin bisa lebih diulik lagi gitu.
Peneliti	Oh, iya. Baik Kang. Terus menurut Kang Fadlan nih, terhadap pengelolaan citra institusinya nih, buat Samsat nih yang di dalam Instagram Samsat Kawalayaan ini, pengelolaan citra institusinya gimana Kang?
Peneliti	Kalau dari sisi institusinya sih udah kelihatan ini ya, udah kelihatan jelas gitu. Dari sisi nilai branding-nya juga udah cukup jelas tersampaikan ke masyarakat bahwa informasi itu tuh informasi terkait soal pajak gitu ya, pajak kendaraan dan lain-lain gitu ya. Dan si penyampai informasinya udah jelas gitu ya dari Samsat Bandung II Kawalayaan gitu ya. Meskipun memang ini kontennya repost-an dari Bapenda. Nah mungkin pun kalau mau, ya Samsat-nya itu

	sendiri, dia bisa nge-create konten sendiri lah gitu ya, tidak hanya merepost konten-konten dari Bapenda gitu.
Peneliti	Oh, baik, baik Kang. Eh, berarti kalau misalkan dari segi konsistensinya nih, Kang, tentang peng-uploadean menurut Kang Fadlan nih, dari segi konsistennya gimana Kang buat peng-uploadean tentang program Kios Samsat ini sendiri Kang?
Peneliti	Oke, kalau dilihat dari konsistensinya gitu ya, kalau saya ngelihat feed Instagram-nya sih kayaknya agak kurang gitu ya, karena ini lebih dominan ke soal apa tuh, update pendapatan gitu ya, update pengaduan gitu ya. Eh seharusnya memang ketika pun ini program Kios K Samsat ini memang jadi prioritas, katakanlah sebagai prioritas, mungkin dari sisi quantity juga kayaknya bisa ditambah gitu, entah itu memang setiap hari daily ada soal si Kios K Samsat ini, atau memang pun tidak setiap hari, dia bisa misalkan selang sehari, selang 2 hari, yang penting di situ terlihat dominasi konten si Kios K Samsat ini tuh ada gitu. Kalau ini kan, di beberapa waktu terakhir yang saya lihat di feed-nya tuh agak kurang gitu.
Peneliti	Oh, gitu. Siap, siap. Bagaimana, kalau misalkan dari kualitas caption-nya Kang? Terus sekarang, kalau dari segi caption-nya nih, Kang, atau penggunaan bahasa dalam caption-nya?
Peneliti	Oke, sebentar, Ini lebih ke satu arah sih, sebetulnya gitu ya. Meskipun ini gak salah gitu ya. Cuma kalau berbicara platform Instagram, kalau memang di situ ada tujuan-tujuan lain kayak semacam meningkatkan engagement-nya gitu ya, biar akun Instagramnya makin hidup, makin banyak yang nge-like, makin banyak yang komen gitu ya, tidak hanya sekadar menyampaikan informasi satu arah, ya harusnya sini bisa diolah lagi ya dari sisi caption. Karena yang saya lihat di video yang tadi dikirim link-nya, dia kayak sekadar ngasih tahu bahwa katanya pengaduan dapat disampaikan melalui bla bla bla gitu ya. Kemudian Samsat

	Information Center-nya dicantumin di situ. Terus di akhir dia nyantumin ucapan terima kasih dan beberapa tagar yang kayaknya emang wajib dicantumin gitu. Eh cukup informatif, cuman kurang ini aja sih, kurang kayak semacam, kalau di caption kan ada CTA-kah atau apa gitu ya, kayak untuk menyapa followers-nya sendiri biar mancing interaksi di kolom komentar gitu. Itu kecuali ini memang tujuannya hanya sekedar informatif saja ya mungkin itu lain hal lagi gitu ya.
Peneliti	Iya, baik, baik Kang.
Peneliti	Nah, ini berarti kalau misalkan eh kalau pesan-pesan yang disampaikan di akun ini berarti eh buat kepercayaan masyarakat terhadap program Kios Samsat itu menurut Kang Fadlan itu bagaimana Kang?
Peneliti	Aman sih itu, Rus.
Peneliti	Oh, udah aman ya?
Peneliti	Heem.
Peneliti	Terus kalau gimana nih, kalau buat nge-respon admin, admin ini buat nge-respon nih menangani krisis komunikasi nih terhadap isu-isu negatif yang muncul di media sosial gimana Kang? Misalkan tentang ada permasalahan gitu, di perpajakan, tapi cara menganalisisnya ini gimana Kang?
Peneliti	Oke. Eh, gini Rus, kalau POV saya gitu ya. Terkait eh apa namanya? Ya misalkan bisa dibilang insiden ya, atau apa ya? Mungkin kejadian-kejadian yang agak negatif terhadap akun si Samsat-nya ini sendiri gitu ya. Tentunya peran admin itu sangat penting gitu ya. Dia harus responsif terhadap apa yang terjadi dengan akunnya gitu ya. Apakah memang agak lagi kurang baik gitu ya, negatif lah atau bagaimana gitu ya. Itu tentu si admin harus responsif, segera me-reply, minimal gitu me-reply komen untuk sekedar meredakan suasana. Meskipun ya kalau namanya netizen

	kayaknya gak cukup sekadar komen gitu ya, ya itu salah satu salah satu cara yang paling bisa cepet lah dilakukan admin, ya me-reply beberapa komen yang dia merasa ada keluhan gitu ya, netizen-netizen-nya. Eh, atau bahkan itu bisa dibikin dibikinkan jadi satu konten khusus semacam konten klarifikasi juga sih, atau bukan klarifikasi ya, eh semacam menjawab keresahan netizen lah, mungkin bahasanya kayak gitu. Jadi kenapa sih ada problem ini di Kios K Samsat? Gitu ya, kata netizen tuh. Eh harusnya mempermudah kok malah mempersulit? Gitu, misalkan kayak gitu. Ya itu harusnya dijawab langsung sih dengan jawaban yang bisa bikin masyarakat lebih tercerahkan gitu ya. Ya di situ mungkin bisa, bisa jadi admin atau tim medsosnya harus cepet tanggap, cepet tanggap juga gitu, biar segera clear informasi yang benar itu yang kayak gimana. Gitu sih.
Peneliti	Oh, gitu Kang. Baik, baik Kang. Terus berarti kalau misalkan nih Kang, bagaimana nih Kang kalau penilaian Kang Fadlan terhadap kualitas interaksi yang terjalin antara akun @samsatbandung2kawalayaan dengan masyarakat di Instagram Kang?
Peneliti	Hmm, oke. Ini tuh sebetulnya agak bingung jawabnya, Rus ya. Karena yang aku selama aku ini nge-scroll konten-kontennya minim banget gitu ya yang komen gitu. Nah ini ada yang terbaru nih, 2 jam yang lalu juga postingannya 4 jam yang lalu yang terbaru tuh yang pengumuman libur. Terus ada yang komen tuh, udah 2 jam gak dijawab juga tuh sama adminnya. Apakah besok tanggal 16 Juni buka? Katanya. Eh, Pak Fadlan, kan ini pengumuman libur 16 Agustus, gitu ya?
Peneliti	Iya, iya betul Kang.
Peneliti	Eh kok Agustus, dia ya? Kenapa Agustus, ya?
Peneliti	Kayaknya salah juga, kayaknya typo Kang.

Peneliti	Ah, ini bukan typo sih.
Peneliti	Oh, sebentar.
Peneliti	Eh, sori, coba sebentar ke bawahnya.
Peneliti	Sebentar, jadi penasaran, "Pengumuman libur dalam rangka libur Nasional Tahun Baru Islam" kan besok ya?
Peneliti	Iya, besok.
Peneliti	Juni ya? Juni, 16 Juni kalau. Ah, salah berarti ini. Oh, kan berarti ini gak ada QC atau gimana ya? Sebentar saya sekalian WA-in ke Pak Ade. Itu Rus, eh dari yang paling atas aja udah kelihatan kayaknya memang ini kurang aktif gitu ya.
Peneliti	Iya.
Peneliti	Oh, si adminnya itu 2-2 jam komen juga.
Peneliti	Kayaknya ada miss.
Peneliti	Oh, iya, betul, betul, Kang
Peneliti	Oh, terus aku coba scroll ke yang lain, tuh ada yang komen nih. Tuh. Eh, ini, terus minim yang komen. Sekalipun ada yang komen. Oh, ini ada nih ada jawaban nih. "Sekarang mau bayar pajak 5 tahunan dan ganti plat, gak harus pakai KTP pemilik pertama." Dijawab, "Untuk pajak tahunan tanpa KTP bisa ya, tetapi untuk 5 tahunan segala macam." Ini cukup, eh inilah, cukup okelah jawaban-jawabannya. Cuman memang di beberapa konten ya ada aja sih yang memang gak terjawab gitu Rus. Eh, kayaknya memang ya bisa dibilang adalah usaha untuk ngejawab pertanyaan-pertanyaan di kolom komentar terus. Cuman memang didominasi-nya dengan gak dijawab gitu sama adminnya.
Peneliti	Oh, gitu, iya.
Peneliti	Beberapa aja. Karena kayaknya memang yang dirasa urgent, lebih urgent gitu ya, baru. Tuh,
Peneliti	cek Pak Ade, nanya "Waduh dasar anak-anak," cenah.

Peneliti	Oke, siap Kang. Menurut Kang Fadlan nih, kalau misalkan fitur-fitur yang interaktif nih, Kang? Fitur-fitur yang interaktif yang buat si Instagram akun Samsat Bandung 2 Kawaluyaan ini apa sih, Kang? E, kalau saran dari Kang Fadlan itu, Kang?
Peneliti	Oke, haah, menarik. Jadi di Instagram kan eh pasti kamu tahu juga, Rus ya. Banyak fitur-fitur yang eh apa namanya, yang menarik untuk digunakan gitu, kayak fitur polling, gitu ya, atau apa namanya, Q&A-nya di story gitu, di story Instagram gitu, bahkan ya, ya si polling itu sendiri kan bisa dilangsung, langsung dicantumin di feed atau di reels, kontennya gitu ya. Ya kayaknya itu harusnya sih bisa dimanfaatin ya sama akun Samsat ini gitu, karena kan apa namanya, banyak konten-konten kreatif mungkin yang saya kepikiran barusan sepintas kayak semacam tebak nopol kendaraan, kode-kode nomor polisi kendaraan di Jawa Barat, itu kan di 27 Kabupaten Kota kan dibagi berapa tuh, ada D, ada E, kan, ada F, ada T, gitu kan? Ada Z, nah itu kan bisa ini ya, apa namanya, bisa dilakukan gitu ya, untuk, untuk mancing interaksi netizen gitu. Terus, jadi ya itu gimana gimana sih timnya lebih jeli ada gitu ya, bikin POV konten yang lebih kreatif dan apa ya? Memaksimalkan fitur yang ada di Instagram gitu, biar lebih interaktif.
Peneliti	Oh, berarti emang harus lebih kreatif aja ya Kang, ya buat tentang penggunaan fitur-fitur tersendiri itu ya?
Peneliti	Heem.
Peneliti	Oke, lanjut, Kang. Menurut Kang Fadlan nih, cara yang tepat untuk mengukur keberhasilan interaktif marketing sebuah akun Instagram di pemerintahan itu gimana sih, Kang?
Peneliti	Eh, oke. Jadi eh seharusnya gitu ya, dari awal tuh misalkan, dalam 1 tahun kan dibagi tuh jadi beberapa kuartal ya. Iya, 1-2-3-4 gitu ya, per kuartal misalkan 3 bulan. Nah, seharusnya sih kalau untuk ngukur ini bisa ada namanya tuh kan, objective key result, kalau di

	medsos tuh. Eh, jadi kita di 3 bulan pertama, 3 bulan kedua, ketiga, keempat itu seharusnya kita mencantumkan target-target kita sendiri gitu ya. Target si akunnya sendiri, itu bisa dari target angka followers-nya, kemudian target dari jumlah konten yang viral di atas 100 ribu, misalkan, kemudian dan apa ya? Eh, views last 30 hari terakhir gitu ya misalkan. Nah, kayak gitu-gitu sebenarnya bisa dicantumin, tuh ada ada, nanti bisa dicari rumus-rumusnya tuh eh namanya di OKR-OKR itu gitu. Jadi itu sangat-sangat terukur gitu ya. Eh, jadi nanti perhitungannya, perhitungannya jelas gitu, seberapa jauh akun itu tumbuh, terus seberapa sulit akun itu tidak mengalami peningkatan gitu, karena kan dalam 3 bulan itu bisa terukur, Rus. Berapa penambahan followers-nya, kemudian berapa engagement-nya gitu ya selama 30 hari terakhir tuh. Eee terus konten-konten apa aja sih yang nanti bisa di-recreate karena kita punya reason yang jelas kenapa si konten itu bisa kita recreate ya, karena dia selalu, selalu apa? Viral gitu, selalu diterima sama audiensnya si akun itu sendiri gitu. Jadi makanya itu sangat penting sih punya OKR target per 3 bulan itu, misalkan gitu ya. Itu targetnya sebetulnya bisa kesepakatan bersama sih, mau per berapa waktunya gitu ya. Ini yang saya lakukan ya per 3 bulan itu gitu, jadi kelihatan nanti per 3 bulan awal tuh di kuartal pertama akunnya tuh nambah berapa ribu sih followers-nya, gitu misalkan. Gitu sih, jadi jelaslah terukur gitu, Rus.
Peneliti	Oh, iya iya Kang. Baik, Kang, baik, Kang.
Peneliti	Baik, Kang.
Peneliti	Terus, eh, izin Kang, mau tanya juga, kalau misalkan nih Kang, menurut Kang Fadlan nih sebagai apa, saya bilang apa nih? Pakar atau ahli media sosial?
Peneliti	Heem.

Peneliti	Gitu ya, bisa dibilang pakar, ahli media sosial atau pakar media sosial nih, Kang.
Peneliti	Ah bebas, Rus. Apa aja Rus. Pegiat sajarah, pegiat media sosial.
Peneliti	Oh iya, baik Kang. Ini Kang Fadlan nih kalau kenapa sih harus pemasaran langsung itu melalui Instagram itu penting sih Kang? Kayak buat lembaga pemerintah kayak Samsat itu, kenapa penting banget sih Kang?
Peneliti	Oke, ya haah. Jadi sepengalaman aku Rus ngobrol dengan beberapa kenalan gitu, yang memang sama-sama bergerak di bidang yang sama, gitu menekuni media sosial dan lain-lain, Instagram ini tuh bisa jadi kayak semacam etalasnya instansi gitu ya, mau pemerintahan, mau apa namanya, mau swasta, mau brand, ataupun eh bahkan klub sepak bola, gitu ya. Jadi itu tuh kayak semacam jadi company profilnya mereka gitu. Jadi kita mau tahu Samsat Kawalayaan itu kayak gimana ya pasti orang tuh mindset-nya udah langsung ke Instagram gitu, gak akan lari ke TikTok, gak akan lari ke apa namanya, LinkedIn sekalipun gitu ya, karena mindset-nya udah ke Instagram gitu, kalau untuk melihat profil lembaga-lembaga tertentu gitu. Makanya ini Instagram itu, ya itu, jadi wajahnya sebuah instansi ya yang kalau aku lihat gitu ya, perkembangannya. Eh kayak semacam Humas Jabar, gitu ya, di Diskominfo Jabar atau ya, OPD-OPD lainnya di Jawa Barat, itu Instagram-nya pasti apa ya, punya timnya sendiri lah gitu untuk serius apa ya, mengerjakannya gitu, Rus.
Peneliti	Terus eh kalau misalkan berarti, kalau kalau akun Samsat Bandung II Kawalayaan ini menurut Kang Fadlan nih terhadap efektivitasnya nih, udah tetap tepat sasaran belum nih Kang?
Peneliti	Oke, kalau aku tadi ngelihat sekilas komentar-komentarnya sih, udah tepat sasaran ya. Jadi orang yang kebingungan soal pajak, terutama di yang apa ya? Yang pajak kendaraannya tuh ada di sana,

	udah pasti sih orang ini ya, apa namanya, langsung visit profile ke akunnya dia gitu ya. Cuma memang dari sisi kontennya, ini agak kurang kelihatan Rus karena kebanyakan kan mirroring atau repost dari akunnya Bapenda gitu ya. Ini kalau misalkan memang ditambah dengan apa namanya, konten originalnya dari Samsat Kawalayaan, mungkin ya, itu akan menjadi nilai plus saja gitu ya buat buat si akunnya sendiri gitu, karena ngangkat konten originalitas mereka gitu, Rus.
Peneliti	Misalkan dari perspektif akademis, Kang. Gimana cara mengukur keberhasilan yang dilakukan yang dilakukan ini melalui Instagram tuh sebuah atau sebuah Instagram sebuah instansi pemerintah, Kang? Kalau dari sisi akademisnya, Kang.
Peneliti	Oke, apa tadi keberhasilan akunnya gitu?
Peneliti	Iya, mengukur keberhasilan keberhasilan pemasarannya ya. Iya, kalau dari perspektif akademis gimana Kang?
Peneliti	Kalau dari perspektif saya mah, gini Rus, apa namanya? Pertama, yang namanya Instagram, gitu ya, atau media sosial, dia kan dinamis gitu ya, perkembangannya cepat gitu. Eh, per berapa bulan ada update ini, ada perubahan ini gitu ya. Jadi, pertama memang kita harus adaptif banget gitu ya, ketika bekerja di bidang media sosial, ngerjain media sosial gitu ya.
Peneliti	Iya.
Peneliti	Nah, apa namanya, gimana caranya terukur? Ya itu tadi, jawabannya yang yang pertanyaan sebelumnya ya, yang terkait dengan OKR gitu. Jadi memang timnya sendiri itu harus harus apa ya? Menentukan target, menentukan target masing-masing-masing-masing akun kan pasti beda-beda ya targetnya. Humas Jabar gak akan, mungkin nih samanya dengan, gak akan mungkin sama dengan akun Samsat Kawalayaan gitu kan. Nah, makanya ini masing-masing yang punya akun tuh betul-betul harus menentukan

	target semaksimal mungkin dan apa ya? Apa namanya, intinya dia gak kelewat dengan dengan kemampuan dia gitu. Jadi, targetnya maksimal tapi ya sesuai kemampuan dia gitu. Pertama itu, jadi ketika kita apa namanya, pasang target, yaitu udah jelas terukur gitu ya. Eh, apakah tujuan-tujuan kita, apakah objektif key result-nya tuh sudah, sudah tercapai gak sama tim gitu kan. Nah, makanya itu penting banget sih harus dipakai gitu, sih OKR itu gitu, Rus.
Peneliti	Oh, gitu Kang.
Peneliti	Itu, sih. Semoga menjawab, ya itu.
Peneliti	Oh, iya, siap siap Kang.
Peneliti	Terus kalau misalkan ini, kan eh di Instagram kan ada fitur namanya Instagram Ads ya, Kang? Kalau buat instansi-instansi pemerintah, ini perlu gak sih, Kang? Eh, pakai Instagram Ads itu, Kang?
Peneliti	Oke, eh sah-sah saja sih, apa namanya, ini tergantung urgensi juga, ya. Kalau semisal dia punya campaign itu yang misalkan konteksnya berkaitan dengan apa tadi, Kios K Samsat, ya?
Peneliti	Iya, betul, Kang.
Peneliti	Ah, berkaitan dengan Kios K Samsat, terus kemudian si campaign-nya itu perlu banget diketahui banyak orang dengan cara lebih cepat, gitu misalkan. Ya itu sah-sah saja sih pakai Ads, gak ada masalah gitu, selama eh ya itu, ya, ada anggaran, kemudian transparansi anggarannya kayak gimana itu ya, mangga aja itu mah, gak ada problem gitu.
Peneliti	Oh, gitu Kang.
Peneliti	Oke, berarti semuanya udah ke jawab ya Kang Fadlan ya? Saya udah cukup. Terima kasih banyak Kang sebelumnya, Kang. Makasih banyak atas waktunya, Kang.
Peneliti	Itu, heeh sama-sama. Itu kalau misalkan emang ada yang kurang, chat aja, Rus. Gak apa-apa.

3. Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 3 Surat Pengantar Penelitian



UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM

Surat Keputusan Nomor : 541/E/O/2021 Tanggal 7 Desember 2021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Aceng Sali Al-Aitaam No.1 Ciganitri, Bojongsoang Kabupaten Bandung 40287 Telp. 022-8750 0756

Email : fakultasikom@unisal.ac.id

Nomor : 084/SPeng/UNISAL-FIKOM/DEK/VI/2026
Perihal : Surat Pengantar Penelitian
Lampiran : -

Kepada Yth,

1. Bapak Ade Sukalsah, S.STP., MAP. Sebagai Kepala Pusat P3DW Bandung II Kawaluyaan
2. Ibu Bella Amanda Sebagai Admin Akun Instagram @samsat_bandung_II_kawaluyaan
3. Bapak Fadlan Aulia, S.Ds. Sebagai Pakar Media Sosial

Di Tempat

Dengan Hormat,

Teriring salam serta doa semoga Bapak/Ibu senantiasa ada dalam lindungan Allah SWT dan sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Sehubungan dengan kegiatan akademik mahasiswa, bersama ini kami sampaikan bahwa :

Nama : Muhammad Fairuuz Maulidan
NIM : 2270201015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Adalah benar mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam yang sedang menyusun tugas akhir/skripsi dengan judul :
"PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK PROMOSI DAN INFORMASI PROGRAM KIOSK SAMSAT (Studi Kasus pada Akun @samsat_bandung_II_kawaluyaan)".

Adapun penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kiranya Bapak/Ibu Pimpinan dapat memberikan izin serta arahan kepada mahasiswa yang bersangkutan selama pelaksanaan penelitian, dengan tetap memperhatikan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 11 Juni 2026

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN . 0410087803

Tembusan :
1. Arsip

4. Dokumentasi

Lampiran 4 Dokumentasi



5. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 5 Riwayat Hidup



Muhammad Fairuuz Maulidan lahir di Jakarta pada tanggal 5 Juni 2002. Ia merupakan putra ke-2 dari 4 bersaudara Bapak Andri Setiawan dan Ibu Anne Destiana, beragama Islam, dan saat ini bertempat tinggal di Komplek. Bumi Sawangan Indah II Blok D2 No. 89 Jalan Mina, Kelurahan Pengasinan, Kec. Sawangan, Kota Depok. Peneliti dapat dihubungi melalui nomor telepon +62 857-1803-4592 atau email fairuzmaulidan40@gmail.com.

Pendidikan formal Peneliti dimulai di Sekolah Dasar Negeri Duren Seribu 04 dan selesai pada tahun 2014. Pendidikan kemudian dilanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 14 Depok hingga lulus pada tahun 2017, lalu ke SMKN 2 Depok hingga lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2022, Peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Sali Al-Aitaam, mengambil Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, dan saat ini sedang menyelesaikan studi S1 di program tersebut.

Selama menempuh pendidikan, Peneliti juga aktif memperoleh pengalaman kerja di bidang Videography dan Fotografi, Digital Marketing. Pada bulan Januari hingga Desember 2024, Peneliti bergabung sebagai Anggota Tim Media Sosial di Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan. Pada bulan Juni hingga November 2025, Peneliti menjalani magang sebagai Petugas Gudang Arsip Polri di P3DW Bandung II Kawalayaan. Selain itu, pada bulan Februari 2026 Peneliti berkesempatan menjadi Digital Marketing di Showroom Abijaya Autocars sampai sekarang.

Demikian daftar riwayat hidup ini Peneliti buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.