

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Jakarta II

Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Jakarta II adalah instansi Direktorat Jenderal Kekayaan Negara yang berada di bawah dan bertanggungjawab langsung kepada Kepala Kantor Wilayah DJKN DKI Jakarta. KPKNL Jakarta II mempunyai tugas melaksanakan pelayanan di bidang kekayaan negara, penilaian, piutang negara dan lelang.

KPKNL Jakarta II sebagai badan publik berhak untuk berkomunikasi dan memberikan informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan social publik. Publik berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia. Hak berkomunikasi dan memperoleh informasi tersebut merupakan hak yang diberikan oleh UUD 1945 Pasal 28F.

Dengan adanya tuntutan atas tata kelola pemerintahan yang baik (Good Governance) yang mencerminkan asas akuntabilitas, transparansi, dan melibatkan partisipasi masyarakat dalam proses kebijakan publik, pemerintah

dituntut untuk membuka diri kepada masyarakat untuk memberikan informasi dan kebijakan yang dapat diakses oleh publik dimana saja dan kapan saja. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, Informasi Publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu Badan Publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan Badan Publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik. Informasi Publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Setiap Informasi Publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap Pengguna Informasi Publik. Informasi Publik yang dikecualikan bersifat ketat

dan terbatas. Setiap Informasi Publik harus dapat diperoleh setiap Pemohon Informasi Publik dengan cepat dan tepat waktu, biaya ringan, dan cara sederhana. Informasi Publik yang dikecualikan bersifat rahasia sesuai dengan Undang-Undang, kepatutan, dan kepentingan umum didasarkan pada pengujian tentang konsekuensi yang timbul apabila suatu informasi diberikan kepada masyarakat serta setelah dipertimbangkan dengan saksama bahwa menutup Informasi Publik dapat melindungi kepentingan yang lebih besar daripada membukanya atau sebaliknya. Pengklasifikasian Informasi Publik yang dilakukan oleh Badan Publik bertujuan untuk menentukan informasi tertentu sebagai Informasi yang Dikecualikan untuk diakses oleh setiap orang. (Kementerian Keuangan, 2021)

4.2 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan Teknik wawancara dan dokumentasi. Data tersebut didapatkan melalui 3 informan yang diantaranya dua informan utama dan satu informan tambahan.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat agar informasi dapat lebih mudah dipahami oleh publik. Strategi komunikasi juga merupakan suatu langkah yang diambil oleh instansi agar dapat memberikan pelayanan informasi yang optimal. Untuk itu, diperlukan sosok yang berkompeten di bidangnya. KPKNL Jakarta II

mewujudkan hal tersebut dengan membentuk seksi hukum dan informasi, yang dimana mengurus segala kegiatan yang berhubungan dengan kehumasan termasuk didalamnya strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang dimaksud peneliti merujuk kepada teori strategi komunikasi oleh Harold Laswell yaitu dengan menjawab beberapa elemen pertanyaan yaitu *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. Elemen-elemen tersebut peneliti gunakan sebagai dasar dalam mendalami bagaimana strategi KPKNL Jakarta II dalam memberikan pelayanan informasi kepada publik.

4.2.1 Memilih dan menetapkan komunikator

Sri Andini selaku Ketua Seksi Hukum dan Informasi memberikan penjelasan mengenai siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan strategi komunikasi sebagai berikut :

“Yang terlibat disini itu adalah seluruh staff seksi HI (Hukum dan Informasi), terutama yang bertanggung jawab di bagian informasi karena memang itu tugas seksi HI. Kedua, kita juga melibatkan seksi lain,kadang ada informasi yang didapat dari seksi lain, lalu seksi tersebut menyampaikan kepada kita. Jadi memang tetap harus melibatkan seluruh pegawai atau seksi lain, namun tetap diutamakan adalah yang bertanggung jawab di seksi hukum dan informasi” (Andini, 2021)

Selanjutnya, disebutkan oleh Ketua Seksi Hukum dan Informasi mengenai kompetensi apa saja yang harus dimiliki oleh Staff Seksi Hukum dan Informasi :

"Tentunya harus memiliki pemahaman tentang strategi komunikasi, dan harus merupakan salah satu Staff HI. Karena namanya juga untuk komunikasi publik berarti dia harus memiliki kriteria tersebut, serta mengetahui dasarnya dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan strategi komunikasi. jadi itu udah paling utama banget dia harus punya dasar2 komunikasi" (Andini, 2021)

Dimas Aulia Tanaya sebagai salah satu staff Seksi Hukum dan Informasi juga menambahkan mengenai kompetensi apa saja yang harus dimiliki sebagai berikut :

"Yang harus dimiliki itu skill dasar komputer dan pengetahuan, passion tentang kehumasan, serta dapat melakukan pendekatan kepada publik melalui sosial media serta memanfaatkan kanal sosial media kantor yang ada" (Aulia, 2021)

Setelah menentukan kompetensi dalam memilih Staff Seksi Hukum dan Informasi, beliau menjelaskan tugas apa saja yang diberikan sebagai berikut :

"Yang pertama itu pemberian informasi kepada publik, lalu mengolah dan memilah pertanyaan dan permohonan informasi kepada KPKNL. Jadi, sebelum disampaikan informasi itu harus diolah terlebih dahulu, dan kita harus memilah pertanyaannya apakah itu boleh dijawab atau tidak karena itu ada aturan dan ketentuannya juga." (Andini, 2021)

Dari dua pendapat yang diberikan oleh 2 informan tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikator atau pelaku yang bertanggung jawab dalam perencanaan maupun pelaksanaan strategi komunikasi adalah seluruh Staf Seksi Hukum dan Informasi tetapi yang paling utama adalah yang bertanggung jawab dalam hal informasi. Dalam hal ini, Komunikator tersebut memiliki kredibilitas yang dapat dilihat dari pendekatan kepada publik yang

dilakukan melalui interaksi yang komunikatif kanal media yang tersedia, serta memiliki wawasan luas mengenai informasi terkait KPKNL Jakarta II.

4.2.2 Teknik Penyusunan pesan

Menurut Sri Andini selaku Ketua Seksi Hukum dan Informasi menjelaskan mengenai informasi yang diberikan sebagai berikut :

“Jadi kalau kita lihat menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 129 diatur disitu mengenai informasi Publik yang terbuka dan dikecualikan. Kalau yang terbuka itu berarti boleh disebarluaskan kepada publik. nah kalau yang dikecualikan itu berarti yang tidak boleh disebarluaskan ke publik. Contoh informasi tidak boleh disebarluaskan itu seperti akta otentik yang bersifat pribadi, memorandum atau surat-surat yang dirahasiakan antar Badan Publik atau intra Badan Publik, informasi yang dapat merugikan ketahanan ekonomi nasional, informasi yang dapat menghambat proses penegakan hukum. Nah kalau informasi yang terbuka itu informasinya tentang tuis kita seperti misalnya kegiatan lelang, penilaian, kekayaan negara,serta isu yang sedang hangatnya di DJKN.” (Andini, 2021)

Setelah mengetahui jenis-jenis informasi yang disampaikan,Kemudian Ketua Seksi Hukum dan Informasi menjelaskan mengenai kejelasan sumber dalam informasi tersebut :

“Sumbernya sudah pasti jelas dan apa yang disampaikan sudah pasti jelas. Karena balik lagi kita juga melibatkan seksi lain,kadang ada informasi yang didapat dari seksi lain, lalu seksi tersebut menyampaikan kepada kita, dan sebelum itu sudah kita pastikan bahwa informasi tersebut sumbernya sudah valid” (Andini, 2021)

Dalam memberikan informasi kepada publik, Salah satu Staff Hukum dan Informasi memberikan penjelasan mengenai konteks informasi yang informatif, valid, dan aktual, sebagai berikut:

“Membuat konteks yang informatif itu dengan menampilkan informasi-informasi terkait KPKNL Jakarta II dengan membuatnya ringan, namun menarik dan tidak terlihat membosankan bagi publik” (Aulia, 2021)

“Cara buat Informasi biar tetap valid, dan aktual itu caranya dengan terus membaca peraturan-peraturan baru karena karena kan kita ini kantor pemerintahan yang pasti udah ada aturan dan peraturan itu suka berubah-ubah. Kemudian selanjutnya mengaplikasikannya kepada konten informasi yang dibuat agar informasi tersebut dapat diandalkan oleh publik.” (Aulia, 2021)

Selanjutnya, Ricky sebagai salah satu pengguna jasa memberikan tanggapannya mengenai informasi yang diberikan oleh KPKNL Jakarta II, sebagai berikut:

“Menurut saya, ya informasinya mudah dipahami karena masih menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak berbelit” (Sofyan, 2021)

Dari Pendapat narasumber diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam memberikan informasi kepada publik, komunikator merancang bentuk pesan yang informatif dan persuasive. Informatif yaitu pesan yang ditujukan untuk memberi informasi yang berisikan fakta dan data kepada publik berupa informasi yang berkaitan dengan lelang serta kekayaan dan piutang negara. Kemudian istilah persuasif berarti pesan tersebut ditujukan untuk mempengaruhi publik agar tertarik dalam menggunakan layanan yang diberikan oleh KPKNL Jakarta II.

4.2.3 Memilih media dan saluran komunikasi

Setelah menentukan pesan, diperlukan adanya media yang dapat menyalurkan pesan tersebut. Sri Andini selaku Ketua Seksi Hukum dan Informasi menjelaskan media yang digunakan dalam melancarkan strategi komunikasi, sebagai berikut:

“Dalam memberikan pelayanan informasi ke publik, kita itu pakai berbagai macam media. Seperti contohnya media sosial, website dan permohonan informasi publik melalui surat resmi. Untuk media sosial sebenarnya kita ada facebook, youtube, twitter, dan instagram. Kalau facebook itu belum terlalu aktif karena jarang dipakai. nah kalau youtube itu belum berjalan karena sedang dalam perbaikan untuk projek kita selanjutnya. Tetapi untuk saat ini yang masih aktif itu instagram dan website. Kalau permohonan informasi melalui surat resmi itu kalau ada peminta informasi yang mengisi surat permohonan informasi lalu disampaikan ke kita, kita dapat membalasnya sesuai dengan kebutuhannya si peminta informasi dengan surat resmi tersebut.”
(Andini, 2021)

Kemudian Ketua seksi Hukum dan informasi menambahkan mengenai pertimbangan dalam memilih media tersebut:

“Jadi kalau pemilihan instagram itu karena banyak digunakan kan ya sama kaum millennial bahkan sampe orang tua sekarang juga banyak yang pakai, jadi jangkauannya lebih luas. Kalau website itu kan emang sudah keharusan ya sebuah instansi punya website yang bisa dijadikan acuan informasi bagi masyarakat. Dan terakhir itu ada permohonan informasi melalui surat resmi karena itu merupakan salah satu bentuk pelayanan informasi kita terkhususnya untuk peminta informasi, agar si peminta informasi ini dapat menerima informasi yang lebih lengkap lagi.”
(Andini, 2021)

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi tersebut, Staff Seksi Hukum dan Informasi memberikan penjelasan mengenai media yang paling efektif beserta kelebihan dan kekurangan dari media tersebut, sebagai berikut:

“Sosial media instagram, karena mudah digunakan,tidak memerlukan biaya (gratis) dan hampir semua orang menggunakannya media sosial tersebut.” (Aulia, 2021)

“kalau kelebihan dari media sosial instagram itu mungkin lebih ke gratis dan tidak memerlukan biaya yang besar ,bisa diakses dengan mudah,juga bisa menjangkau target yang lebih luas lagi. nah, kalau kekurangannya itu kita harus berkala posting biar *post* ngga tenggelam dan tergantikan oleh akun lain.” (Aulia, 2021)

Selanjutnya salah satu pengguna jasa KPKNL Jakarta II memberikan tanggapan mengenai media yang digunakannya dalam mencari informasi, sebagai berikut:

“lebih seringnya sih instagram soalnya memang itu media sosial yang paling sering saya lihat,sama terkadang liat websitenya juga kalau pengen cari informasi yang lebih mendalam lagi.” (Sofyan, 2021)

“karena kalo instagram itu saya emang lebih seringnya pake itu,nah kalo website itu kalo saya pengen cari informasi yang lebih lengkap nya gitu biasanya.” (Sofyan, 2021)

Dari ketiga pendapat yang diberikan, menjelaskan bahwa KPKNL Jakarta II memilih untuk menggunakan Media online dengan mempertimbangkan efektifitas dalam kelancaran penyampaian informasi, efisiensi dalam kecepatan penyebaran informasi. Media online tersebut seperti instagram,website, dan permohonan informasi melalui surat resmi dalam

melancarkan proses pemberian informasi kepada publik. Serta, dapat dilihat dari pendapat staff Seksi Hukum dan Informasi bahwa media instagram merupakan media yang efektif, karena dapat menjangkau publik yang lebih luas. Hal tersebut dirasakan sama oleh pengguna jasa yang menjelaskan bahwa media sosial instagram merupakan media komunikasi yang efektif dan lebih mudah digunakan.

4.2.4 Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Setelah penentuan media komunikasi, tentunya dibutuhkan penerima pesan yang akan menerima informasi tersebut. Salah satu Staff Seksi Hukum dan Informasi memberikan penjelasan mengenai siapa saja target sasaran komunikasinya, sebagai berikut:

“Sasaran komunikasi kita itu semua orang, masyarakat terutama yang ingin, akan dan tertarik untuk menggunakan jasa layanan yang diberikan KPKNL. Karena itu adalah tugas dari KPKNL sebagai kantor pelayanan yang bertugas untuk melayani dan menjadi sarana dalam pemberian layanan informasi masyarakat” (Aulia, 2021)

Selanjutnya ditambahkan oleh Ketua Seksi Hukum dan informasi mengenai tujuan dalam seluruh masyarakat dalam menjadi target sasaran komunikasinya.

“Tentunya agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan memperkenalkan juga kepada publik mengenai apa sih itu KPKNL Jakarta II, karena selama ini pengetahuan publik tentang KPKNL Jakarta II itu masi sedikit kurang kan ya, jadi kita menargetkan seluruh masyarakat dalam hal ini.” (Andini, 2021)

Dari pendapat dua informan diatas, dapat diketahui bahwa dalam menentukan penerima pesan, KPKNL Jakarta 2 menetapkan seluruh lapisan masyarakat dalam pemberian layanan informasinya, terutama yang ingin, akan dan tertarik untuk menggunakan jasa layanan yang diberikan. Hal ini dikarenakan KPKNL Jakarta II sebagai badan publik ingin terbuka dan transparan terhadap seluruh masyarakat.

4.2.5 Menganalisis efek komunikasi

Pesan yang telah disampaikan oleh komunikator mempunyai harapan atau tujuan kepada penerima pesan, berikut penjelasan dari salah satu Staff Seksi Hukum dan Informasi mengenai efek yang diharapkan kepada publik.

“Dari kami sendiri berharap informasi yang disampaikan dapat menarik publik untuk menggunakan jasa KPKNL seperti lelang, tertarik mengikuti lelang dan juga mengerti tentang apa itu KPKNL, dan juga dari satu orang yang tertarik ini akan memberitahu dan mengajak orang lainnya.” (Aulia, 2021)

Kemudian Ketua Seksi Hukum dan Informasi menambahkan mengenai dampak yang diharapkan kepada publik.

“Berharap agar informasi yang kita sampaikan menjadi informasi yang positif bagi publik, dan juga memberikan pemahaman tentang apa itu instansi KPKNL Jakarta itu, dan pastinya agar menambah citra positif dari KPKNL sebagai badan publik” (Andini, 2021)

Sebagai salah satu pengguna jasa KPKNL Jakarta II, Ricky Sofyan memberi tanggapan mengenai dampak apa yang didapatkan setelah menerima informasi/pesan tersebut.

“Saya sebagai pengguna jadi mudah lebih mudah dapet akses mengenai informasi tentang lelang dan jadi lebih kenal sama instansi KPKNL Jakarta II, karena sebelumnya saya belum terlalu tau tentang apa instansi ini.” (Sofyan, 2021)

Dari pendapat 3 informan diatas dapat dijelaskan bahwa tujuan pemberian informasi adalah agar publik lebih mengenal dan tertarik untuk menggunakan layanan dari instansi tersebut. Penjelasan dari pengguna jasa juga berkata demikian, dimana pengguna jasa menjadi lebih mengetahui tentang instansi, dan tertarik untuk menggunakan layanan dari KPKNL Jakarta II.

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti melalui tatap muka, dan aplikasi *Whatsapp Video Call* yang dimulai pada bulan juni hingga juli 2021. Serta terdapat data yang merupakan hasil dari dokumentasi dan observasi yang kemudian peneliti olah untuk dianalisis. Dari data tersebut, peneliti telah mengelompokkan strategi komunikasi yang digunakan oleh KPKNL Jakarta II dalam memberikan pelayanan informasi kepada publik.

Seperti teori komunikasi yang dikemukakan oleh Hafield Cangara, dimana komunikasi yang baik merupakan komunikasi yang menjawab 5 elemen, sebagai berikut:

1. Memilih dan menetapkan komunikator
2. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak
3. Teknik Penyusunan pesan
4. Memilih media dan saluran komunikasi
5. Menganalisis efek komunikasi

Dengan acuan dari teori tersebut, Peneliti akan membahas mengenai strategi komunikasi KPKNL Jakarta II dalam memberikan pelayanan informasi kepada publik, sebagai berikut:

4.3.1 Memilih dan menetapkan komunikator

Dalam memberikan pelayanan informasi, komunikator menjadi peran yang penting yaitu sebagai pengirim pesan kepada publik. Diperlukan kompetensi khusus dalam menjadi komunikator agar strategi komunikasi yang dilakukan berjalan lancar.

Berdasarkan data yang telah peneliti kumpulkan, KPKNL Jakarta 2 telah memberikan tanggung jawab tersebut kepada seluruh staff yang termasuk di dalam Seksi Hukum dan Informasi. Dalam menjalankan tugasnya, semua yang

terlibat diharuskan memiliki kompetensi dalam bidang kehumasan, komunikasi serta skill dasar komputer.

Dengan memiliki kompetensi tersebut, komunikator dapat memberikan layanan informasi dengan melakukan pemberian informasi kepada publik melalui berbagai media yang tersedia, kemudian mengolah dan memilah pertanyaan dari publik yang melakukan permohonan informasi kepada publik.

4.3.2 Teknik Penyusunan pesan

Perlu diperhatikan pesan apa saja yang perlu disampaikan kepada publik dalam penyusunan pesan yang berisikan informasi publik. Hal tersebut merupakan langkah yang strategis dalam pencapaian tujuan serta keberhasilan dalam penyampaian pesan.

KPKNL Jakarta II sebagai badan publik sudah sepatutnya menyediakan dan memberikan informasi yang transparan dan kredibel kepada publik. Seperti yang disampaikan oleh Ketua Seksi Hukum dan Informasi, bahwa sebagai instansi pemerintahan KPKNL Jakarta II memiliki peraturan yang berlaku mengenai apa saja informasi yang boleh dan tidak boleh diberikan(dikecualikan) kepada publik.

Beberapa contoh informasi yang merupakan pesan dikecualikan kepada publik adalah akta otentik yang bersifat pribadi, memorandum atau surat-surat yang dirahasiakan antar Badan Publik atau intra Badan Publik,

informasi yang dapat merugikan ketahanan ekonomi nasional, informasi yang dapat menghambat proses penegakan hukum. Sedangkan informasi yang boleh diberikan kepada publik antara lain mengenai program atau kegiatan yang sedang dijalankan, kinerja tentang realisasi kegiatan yang telah maupun sedang dijalankan beserta capaiannya, serta kebijakan/keputusan yang dapat berdampak kepada publik.

Selain itu penggunaan bahasa sehari-hari menjadikan informasi lebih menarik, mudah dipahami tidak membosankan. Sehingga publik dapat menerima informasi tersebut.

4.3.3 Memilih media dan saluran komunikasi

Pemilihan saluran media dalam komunikasi yang tepat dapat membantu pesan yang disampaikan dapat mudah diakses oleh publik. Sampai saat ini variasi media komunikasi sangat banyak dan diperlukan humas dalam memilih saluran atau media komunikasi yang tepat, agar penyebaran informasi dapat menjadi efektif dan efisien.

Berdasarkan data yang peneliti kumpulkan, Seksi Hukum dan informasi memiliki beberapa saluran atau media unggulan yang diantaranya media sosial instagram, website, dan permohonan informasi melalui surat resmi. Pemilihan media sosial instagram dikarenakan media tersebut merupakan salah satu

media sosial yang sering digunakan oleh publik, serta jangkauan yang luas menjadikan penyebaran informasi lebih efektif.

Kemudian pemilihan media website dengan pertimbangan media tersebut dapat memberikan informasi yang detail mengenai instansi, serta memuat lebih banyak informasi yang bersifat formal. Selanjutnya permohonan informasi melalui surat resmi merupakan layanan yang diberikan kepada publik agar dapat mengetahui informasi yang diberikan dengan terperinci, dan lebih terfokuskan pada topik informasi yang ingin diketahui.

4.3.4 Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Dengan adanya penentuan sasaran komunikasi yang baik, maka akan mempermudah arah tujuan dari strategi komunikasi.

Berdasarkan data yang telah peneliti kumpulkan, Seksi Hukum dan Informasi menetapkan seluruh kalangan masyarakat sebagai penerima pesan. Hal tersebut dikarenakan KPKNL Jakarta 2 sebagai instansi pemerintahan sekaligus badan publik ingin informasi yang diberikan sampai kepada seluruh masyarakat, karena selama ini pengetahuan masyarakat mengenai KPKNL Jakarta II masih kurang.

4.3.5 Menganalisis efek komunikasi

Indikator ini menjelaskan bagaimana pemahaman pesan oleh penerima pesan dan seperti apa dampak penerima pesan tersebut setelah menerima informasi yang telah disampaikan.

Dalam penerapan pelayanan informasi kepada publik ini, KPKNL Jakarta II memiliki tujuan agar informasi yang disampaikan akan menambah pengetahuan publik terhadap instansi, menunjukkan citra positif instansi, serta menarik perhatian publik untuk menggunakan layanan instansi.

Hasil wawancara dengan pengguna jasa mengatakan demikian, bahwa pengguna jasa menjadi lebih mengenal instansi dan mendapat kemudahan dalam mencari informasi.

