

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaannya, informasi kearsipan yang dibagikan oleh Dinarpus Kota Semarang melalui Instagram terdiri dari berbagai jenis, termasuk konten edukasi, layanan, dan arsip statis. Di antara berbagai jenis tersebut, arsip statis dalam bentuk foto-foto lama menjadi tipe konten yang paling sering diposting dan mendapatkan respons dari audiens, sehingga pembahasan berikut akan lebih banyak membahas bagaimana arsip statis ini dikelola dan dipublikasikan sebagai bagian dari strategi penyebaran informasi kearsipan secara keseluruhan.

Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2009 mengenai Kearsipan menegaskan bahwa pengelolaan arsip statis harus dilakukan dengan cara yang efisien, efektif, dan sistematis. Proses ini mencakup kegiatan mulai dari akuisisi, pengolahan, preservasi, hingga pendayagunaan dan pelayanan publik pada sistem kearsipan nasional. Penyalpaaian informasi tentang arsip melalui Instagram oleh Dinarpus Kota Semarang adalah salah satu contoh konkret dari upaya pemanfaatan dan pelayanan publik tersebut, dan dapat dijelaskan melalui lima aspek utama, yaitu perencanaan konten, pelaksanaan penyebaran informasi, penggunaan fitur Instagram, interaksi dengan masyarakat, serta kendala yang dihadapi selama pelaksanaan.

4.1 Perencanaan Konten

Tahap pertama dalam proses penyebaran informasi kearsipan diawali oleh pengelolaan arsip secara konversi untuk menciptakan daftar arsip yang siap dikelola. Daftar arsip tersebut menjadi acuan arsiparis dalam menentukan skala prioritas untuk menentukan arsip yang paling tepat untuk dipindahkan terlebih dahulu, dengan menerapkan kualifikasi peristiwa yang lebih penting atau melalui kondisi fisik arsip yang hampir rusak.

"Kami melakukan pengolahan arsip secara fisik dulu, outputnya berupa daftar arsip. Dari daftar arsip itu kami skala prioritas mana yang harus dialih mediakan lebih dulu, biasanya kami ambil dari peristiwa yang lebih ikonik, atau yang kondisinya

sudah hampir rusak supaya segera diselamatkan." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026).

Selain penentuan berdasarkan skala prioritas, pemilihan tema konten juga disesuaikan dengan momen tertentu, seperti hari jadi Kota Semarang, peringatan hari nasional, atau isu terkini yang sedang terjadi di masyarakat, sehingga arsip yang diambil memiliki relevansi sejarah dan aktual dengan situasi saat ini. Namun, perencanaan ini belum didasarkan pada kalender konten yang terorganisir dengan baik, sehingga penjadwalan publikasi masih tergantung pada situasi dan kebutuhan yang muncul saat itu.

Dalam teori Weick (1969), tahap perencanaan konten ini merupakan bentuk awal dari *enactment*, yaitu proses pengelola arsip menandai bagian dari lingkungan (tumpukan arsip fisik) yang dianggap layak untuk diberi perhatian dan dimaknai lebih lanjut. Namun demikian, karena penandaan ini masih bergantung pada momen dan tekanan situasional, bukan pada kalender konten yang terstruktur, maka proses *enactment* yang terjadi di Dinarpus Kota Semarang masih bersifat reaktif dan belum ditopang oleh mekanisme retensi (*retention*) berupa jadwal atau pedoman baku yang dapat dijadikan rujukan tetap oleh pengelola.

4.2 Pelaksanaan/Proses Penyebaran Informasi

Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan menegaskan bahwa pengelolaan arsip statis merupakan *proses pengendalian arsip statis secara efisien, efektif, dan sistematis meliputi akuisisi, pengolahan, preservasi, pemanfaatan, pendayagunaan, dan pelayanan publik dalam suatu sistem kearsipan nasional*. Penyebaran informasi kearsipan melalui Instagram oleh Dinarpus Kota Semarang merupakan salah satu wujud nyata dari pendayagunaan dan pelayanan publik tersebut, yang dilaksanakan melalui empat tahapan sistematis: pengolahan dan seleksi arsip, autentikasi digital, pengemasan konten, serta penyebaran dan pengelolaan respons audiens.

1. Pengelolaan dan Seleksi Arsip

Tahap awal dalam proses penyebaran informasi kearsipan dimulai dengan pengelolaan arsip secara manual untuk menciptakan daftar arsip yang siap dikelola. Berdasarkan daftar tersebut, arsiparis melakukan penilaian skala prioritas untuk menetapkan arsip mana yang sebaiknya dipindahkan terlebih dahulu, dengan memberikan prioritas pada arsip yang berasal dari peristiwa yang lebih penting atau arsip yang hampir dalam keadaan rusak.

"Kami melakukan pengolahan arsip secara fisik dulu, outputnya berupa daftar arsip. Dari daftar arsip itu kami skala prioritas mana yang harus dialihmediakan lebih dulu, biasanya kami ambil dari peristiwa yang lebih ikonik, atau yang kondisinya sudah hampir rusak supaya segera diselamatkan." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Apabila penjelasan tentang suatu arsip belum ada atau dirasa kurang tepat, pengelola tidak langsung menarik kesimpulan sendiri, tetapi akan berkonsultasi terlebih dahulu dengan sejarawan untuk memastikan bahwa informasi yang disebarkan tetap benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

"Kalau deskripsinya belum ada atau kami masih ragu, kami tidak asal menyimpulkan sendiri, kami tanya dulu ke sejarawan dan bekerja sama dengan mereka supaya informasinya tidak sembarangan." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Perilaku pengelola yang menahan diri untuk tidak langsung menyimpulkan makna arsip dan memilih berkonsultasi dengan sejarawan merupakan contoh konkret dari proses *selection* dalam Teori Informasi Organisasi. Arsip yang belum memiliki deskripsi jelas pada dasarnya bersifat *equivocal* atau memiliki lebih dari satu kemungkinan tafsir, sehingga pengelola melakukan penyaringan berbagai kemungkinan makna melalui kolaborasi lintas peran (arsiparis-sejarawan) hingga diperoleh satu interpretasi yang paling dapat

dipertanggungjawabkan sebelum arsip tersebut layak untuk disebarluaskan kepada publik.

2. Autentikasi dan Digitalisasi melalui SELARAS

Setelah arsip dipilih dan diberi deskripsi, arsip tersebut akan dimasukkan ke dalam Sistem Elektronik Layanan Arsip Semarang (SELARAS) untuk mendapatkan watermark sebagai tanda autentikasi resmi sebelum dipublikasikan kepada masyarakat. Proses ini menjadi perbedaan utama antara penyebaran informasi kearsipan dengan penyebaran informasi secara umum, karena arsip yang dipublikasikan harus dapat menjamin keaslian dan konteksnya.

"Sebelum dibagikan ke masyarakat, arsipnya kami masukkan dulu ke SELARAS supaya dapat watermark, itu bentuk autentikasi arsipnya. Jadi bukan sekadar diunggah begitu saja." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Proses pemberian *watermark* melalui SELARAS ini merepresentasikan tahap *retention*. Makna arsip yang sebelumnya masih berpotensi ambigu, setelah melalui proses seleksi dan verifikasi, kemudian disimpan dalam bentuk yang telah disahkan (*retained*) sebagai rujukan resmi. *Watermark* berfungsi layaknya "memori organisasi" yang dapat diandalkan kembali oleh pengelola maupun publik di kemudian hari, sehingga informasi yang sama tidak perlu lagi melalui proses reduksi ketidakjelasan dari awal setiap kali diakses.

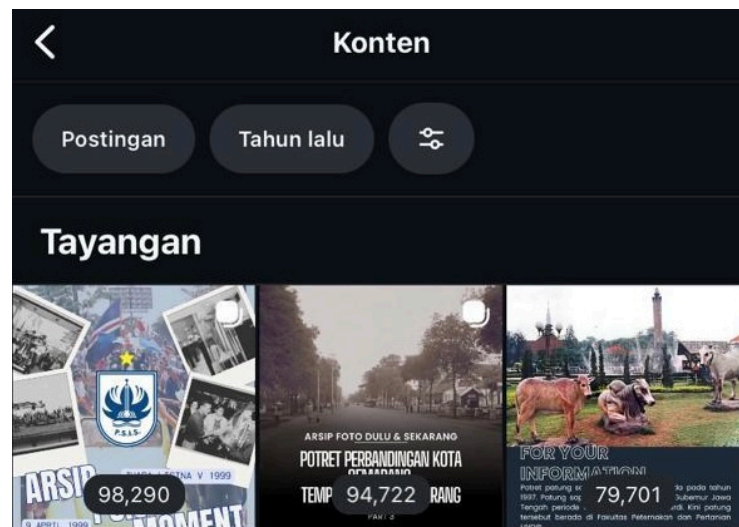
3. Mengemas Konten untuk Instagram

Tahap ketiga melibatkan transformasi arsip yang sudah terverifikasi menjadi konten visual yang menarik dan mudah dimengerti oleh orang banyak. Pengelola akun merancang *template* desain dan skema warna yang konsisten, sekaligus menjelaskan istilah teknis kearsipan dengan menggunakan perbandingan yang gampang dipahami oleh masyarakat umum.

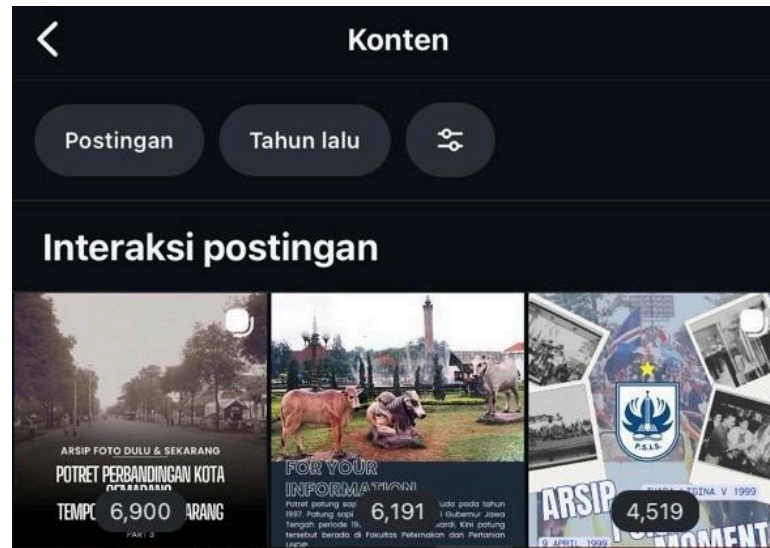
"Istilah kayak arsip statis, arsip terjaga, arsip aktif, inaktif itu kan gak semua orang paham, jadi kami buat analoginya biar lebih gampang dimengerti. Kami juga terbantu pakai ChatGPT buat merapikan kalimat deskripsinya." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Pengelola juga memilih bentuk foto menjadi konten yang paling sering diunggah, karena dinilai lebih efektif dibandingkan video dalam menyampaikan informasi kepada audiens.

"Kalau video itu kan ada durasinya, orang harus nunggu, jadi susah jeda-nya. Kalau foto tinggal di-*swipe*, jadi lebih cepat sampai informasinya, *likes*-nya juga biasanya lebih banyak dibanding video." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)



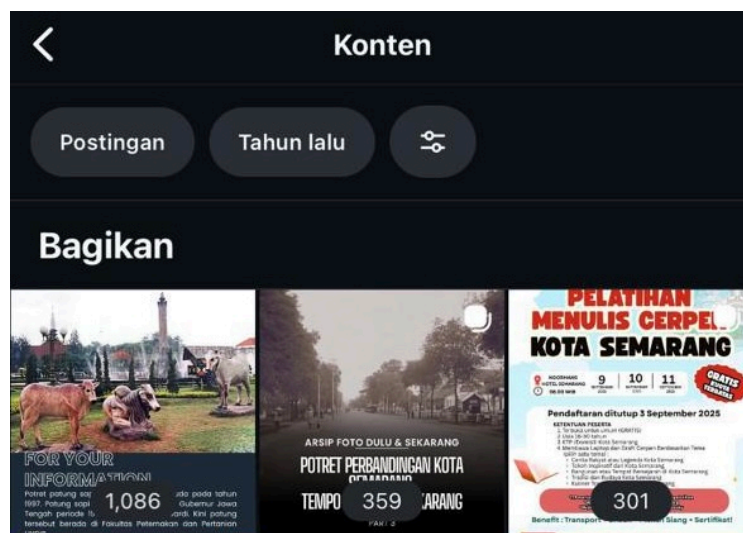
Gambar 4. 1 Tayangan Postingan Akun
(Dinasarpus_Semarang)



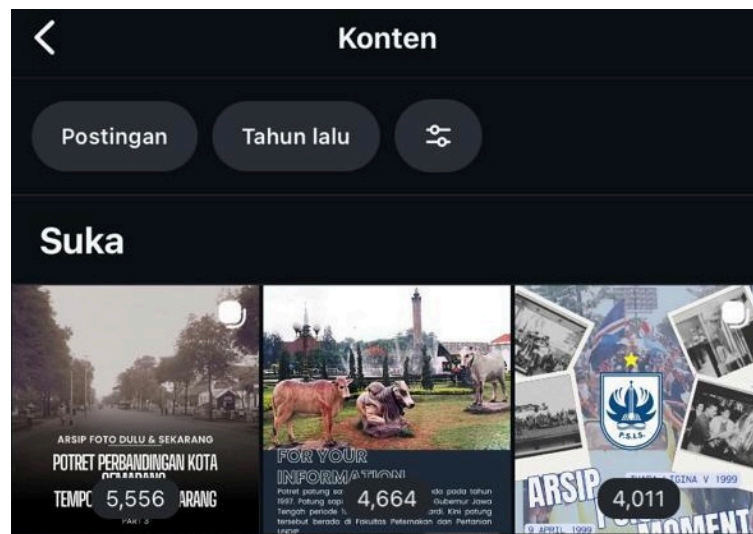
Gambar 4. 2 Interaksi Postingan Akun
(Dinasarpus_Semarang)

Pernyataan narasumber tersebut turut didukung oleh data dari fitur Instagram *Insights* akun @dinasarpus_semarang. Data ini disajikan secara deskriptif untuk memperkaya interpretasi kualitatif, bukan sebagai hasil pengukuran atau pengujian statistik. Konten arsip dalam bentuk foto dengan tema sejarah dan nostalgia secara konsisten mencapai angka tertinggi jika dibandingkan dengan jenis konten lainnya. Sebagai contoh, unggahan "Arsip P. S. I. S 1999" tercatat mendapatkan 98. 290 tayangan dengan 4. 519 interaksi dan 4. 011 *likes*, menjadikannya salah satu konten yang paling banyak dilihat selama masa penelitian.

Capaian serupa juga terlihat pada unggahan "Arsip Foto Dulu dan Sekarang: Potret Perbandingan Kota Semarang", yang mendapatkan 94. 722 tayangan, 6. 900 interaksi, 5. 556 *likes*, dan 359 kali dibagikan, menjadikannya unggahan dengan interaksi tertinggi di antara semua konten yang di publikasi selama periode tersebut. Pola yang mirip juga terdapat pada konten "For Your Information" yang membahas sejarah patung sapi di area Peternakan dan Pertanian Undip, dengan 79. 701 tayangan, 6. 191 interaksi, 4. 664 *likes*, dan 1. 086 kali dibagikan, yang merupakan jumlah terbanyak untuk konten yang dibagikan dibandingkan dengan konten lain yang ada. (Data Instagram *Insights* @dinasarpus_semarang, diakses 2 Agustus 2026)



Gambar 4. 3 Data Bagikan Postingan Akun
(Dinasarpus_Semarang)



Gambar 4. 4 Data Suka Postingan Akun
(Dinasarpus_Semarang)

Tahap pengemasan konten ini menunjukkan berlangsungnya proses *enactment* lanjutan, yaitu ketika pengelola secara aktif membentuk kembali (*re-enact*) arsip yang telah terautentikasi menjadi rangsangan baru berupa konten visual, dengan tujuan agar makna yang telah direduksi ketidakjelasan dapat dipahami secara sama oleh audiens yang beragam. Tingginya angka tayangan dan interaksi pada konten bertema nostalgia dan sejarah mengindikasikan bahwa strategi penyederhanaan bahasa serta pemilihan format foto berhasil menekan tingkat *equivocality* pesan, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan dimaknai secara seragam oleh audiens lintas generasi.

4. Penyebaran dan Pengelolaan Respons Audiens

Tahap terakhir adalah penyebaran konten menggunakan berbagai fitur yang tersedia di Instagram, yaitu *feeds*, *reels*, *story*, dan *highlight*. *Story* dimanfaatkan sebagai langkah awal karena audiens lebih tertarik melihat *story* terlebih dahulu sebelum mengakses *feeds*, sementara konten dengan

engagement tinggi atau bernilai historis khusus akan dimasukkan ke dalam highlight arsip agar dapat diakses secara permanen.

"Foto-foto zaman dulu itu biasanya kami taruh di *story* dulu, soalnya orang lebih cenderung suka lihat *story* duluan, jadi itu jadi semacam pancingan biar mereka klik ke postingan lengkapnya." (Wawancara dengan Rizka Ari Pratidibyana, S.Hum. Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Efektivitas dari keutuhan proses ini terlihat dari respons nyata masyarakat yang tidak hanya berhenti pada interaksi digital, tetapi juga berlanjut ke aktivitas langsung. Salah satu contohnya adalah kehadiran seorang mahasiswa ke Dinarpus Kota Semarang untuk meminta layanan perbaikan arsip setelah melihat informasi layanan tersebut di Instagram.

"Pernah ada mahasiswa datang mau layanan perbaikan arsip karena ijazahnya rusak, terus ditanya kok bisa tahu ada layanan itu, jawabannya lihat di sosmed. Ada juga yang nyari arsip soal kota-kota, taunya juga dari Instagram. Banyak juga yang DM nanya soal akses SELARAS." (Wawancara dengan Rizka Ari Pratidibyana, S.Hum. Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Respons dalam bentuk kunjungan langsung dan pesan yang diterima ini menjadi bukti bahwa tujuan penyebaran informasi menurut Anjali & Istiqomah (2021) bahwa audiens tidak hanya memahami informasi tetapi juga memanfaatkannya dalam praktik nyata, telah tercapai dalam pelaksanaan penyebaran informasi kearsipan oleh Dinarpus Kota Semarang.

Respons audiens berupa kunjungan langsung, komentar, maupun pesan pribadi ini menutup siklus informasi organisasi yang dijelaskan oleh Weick (1969) melalui konsep *double interact*, yaitu siklus tindakan-respons-penyesuaian antara organisasi dan lingkungannya. Setiap kali audiens memberikan umpan balik, baik berupa pertanyaan, kunjungan, maupun kritik, pengelola akun kembali melakukan *enactment* atas umpan balik tersebut sebagai data baru yang perlu dimaknai, sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat diseleksi dan disimpan (*retention*) sebagai bahan

pertimbangan strategi konten berikutnya. Dengan demikian, penyebaran informasi kearsipan pada akun @dinasarpus_semarang bukan proses satu arah, melainkan siklus pemrosesan informasi organisasi yang terus berulang.

4.3 Pemanfaatan Fitur Instagram

Penyebarluasan konten direalisasikan dengan memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh instagram, yaitu *feeds*, *reels*, *story*, dan *highlight*, yang memiliki peran berbeda pada masing – masing fitur dalam membantu penyebarluasan informasi kearsipan. *Story* telah digunakan sebagai langkah awal karena penonton cenderung lebih tertarik mengakses *story* sebelum melihat *feeds*, sehingga berfungsi sebagai pengantar untuk menaik *viewers* menuju postingan lengkap . Sementara itu, konten yang memiliki *engagement* tinggi atau nilai historis khusus akan disimpan dalam *highlight* dengan *tittle* arsip agar bisa diakses secara permanen oleh audiens.

"Foto-foto zaman dulu itu biasanya kami taruh di *story* dulu, soalnya orang lebih cenderung suka lihat *story* duluan, jadi itu jadi semacam pancingan biar mereka klik ke postingan lengkapnya." (Wawancara dengan Rizka Ari Pratidibyana, S.Hum. Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Feeds berguna sebagai saluran utama untuk memposting dan menyimpan konten secara permanen dan teratur, sedangkan *reels* digunakan untuk memberikan informasi dalam bentuk video singkat. *Feed* berfungsi sebagai saluran utama untuk menyimpan postingan konten secara tetap dan teratur, sedangkan *reels* digunakan untuk memberikan informasi dalam bentuk video singkat agar bisa menjangkau penonton yang lebih suka dengan konten yang bergerak. Penggunaan keempat fitur ini secara bersama-sama memungkinkan Dinasarpus Kota Semarang untuk menyesuaikan cara penyebaran informasi sesuai dengan ciri khas masing-masing fitur, sekaligus memperluas peluang konten agar dapat dilihat oleh penonton dari berbagai lokasi di platform Instagram.

Pembagian peran antarfitur Instagram (*story* sebagai pemantik, *feed* sebagai arsip permanen, *reels* sebagai saluran video singkat, dan *highlight* sebagai penyimpan konten bernilai tinggi) mencerminkan karakter *loosely coupled system* yang

dikemukakan Weick (1969). Setiap fitur bekerja secara relatif independen dan dapat dikelola secara fleksibel oleh pengelola akun, namun tetap terhubung dalam satu tujuan besar organisasi, yaitu memastikan informasi kearsipan yang telah melalui proses retensi dapat ditemukan kembali oleh audiens sesuai dengan preferensi konsumsi media masing-masing.

4.4 Interaksi dengan Masyarakat

1. Pengelompokan dan Respons Audiens

Berdasarkan hasil wawancara utama dalam penyebaran informasi terkait arsip melalui Instagram Dinarpus Kota Semarang tidak berasal dari riset audiens yang formal, namun berdasarkan pengamatan langsung yang dilakukan oleh pengelola mengenai pola interaksi yang terlihat di kolom komentar serta pesan langsung. Menurut hasil wawancara, terungkap bahwa audiens terbagi menjadi dua kelompok besar yang memiliki motivasi yang berbeda dalam menanggapi konten tentang arsip.

"Target utamanya itu masyarakat atau warga Semarang, terutama yang pernah hidup di masa arsip itu, jadi kebanyakan milenial dan Gen Z. Kalau milenial biasanya nostalgia, kalau Gen Z lebih ke edukasi." (Wawancara dengan Rizka Ari Pratidibyana, S.Hum. Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Sebaliknya, konten yang berisi informasi dan administrasi, seperti postingan mengenai kegiatan seminar, pelatihan, atau pengumuman lomba, secara teratur mendapatkan jumlah tayangan dan interaksi yang jauh lebih rendah, sekitar 500 hingga 2.000. Perbandingan ini mendukung pernyataan dari narasumber bahwa konten berupa foto arsip yang berkaitan dengan sejarah dan nostalgia lebih efektif dalam menarik perhatian audiens dibandingkan dengan konten yang berfokus pada layanan atau aktivitas formal. Hal ini juga menunjukkan bahwa kedekatan emosional dan nilai sejarah suatu konten memainkan peranan penting dalam meningkatkan interaksi audiens di platform media sosial terutama instagram (Data Instagram *Insights @dinasarpus_semarang*, diakses 2 Agustus 2026)

Kelompok milenial biasanya bereaksi pada konten arsip foto lama sebagai ungkapan nostalgia terhadap lokasi atau kejadian yang pernah mereka alami sendiri, sedangkan Gen Z lebih merespons berdasarkan rasa ingin tahu terhadap sejarah yang tidak pernah mereka ketahui sebelumnya. Pola ini tampak jelas ketika konten arsip foto dengan tema yang saling berhubungan, seperti gambar bandara lama dan klub sepak bola PSIS, digabungkan menjadi satu postingan. Selain dua kategori utama itu, generasi baby boomer juga menerima informasi meskipun bukan target utama, karena postingan Instagram langsung terhubung dengan akun Facebook.

"Kalau upload di Instagram itu langsung nyambung ke Facebook, jadi yang usianya di atas kita, yang biasanya lebih suka baca surat kabar dibanding nonton video, itu juga bisa akses lewat Facebook, kayak baby boomers gitu." (Wawancara dengan Rizka Ari Pratidibyana, S.Hum .Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Untuk memperdalam pemahaman atas pola yang disampaikan pengelola akun tersebut, peneliti juga melakukan observasi tambahan terhadap kolom komentar pada beberapa postingan akun @Dinasarpus_Semarang. Hasil observasi tersebut dapat membuktikan pola interaksi yang lebih nyata dan dapat dikelompokkan ke dalam repons audiens berdasarkan golongan usia, yaitu nostalgia dan edukasi (edukasi antar audiens dan edukasi dua arah antar audiens dengan pengelola akun). Perlu ditegaskan bahwa pengelompokan usia pada komentar ini bersifat interpretatif, mengingat Instagram tidak menyediakan data usia pengguna secara publik, sehingga kategorisasi dilakukan dengan merujuk pada kesesuaian pola isi komentar terhadap karakteristik generasi yang telah diamati oleh pengelola akun

Tabel 4. 1. Kategorisasi Fungsi Komen Audiens
(Sumber: Penulis, 2026)

Kategori	Contoh Komentar	Karakteristik
Nostalgia	_terscantik: "ekhemmm... dulu aku sering kesanaaa lhoo pas TK, dan fotonya masi adaa di akun ig inii"	Kenangan pribadi tanpa unsur informasi baru bagi audiens lain
Nostalgia	raftazaharsono: cerita rute perjalanan ke rumah eyang di era 80-90an, ditutup "20 th dah meninggalkan Semarang masih aja tersimpan semua kenangan"	Kenangan personal dengan memori dan emosional yang kaya
Nostalgia	Pr4m_14 : Keinget dulu wkt kecil pernah di ajak ibu ikut peringatan pertempuran 5 hari di semarang tugumuda	Kenangan personal tanpa unsur informasi baru bagi audiens lain
Edukasi antar audiens	andremhmd01: "dulu kotanya emng paling strategis bang soalnya buat jalur perdagangan", dibalas dimas_kurniawan: "dengan transportasi paling komplit, darat, laut dan udara"	Pertukaran fakta sejarah antarpengguna tanpa unsur nostalgia.
Edukasi dua arah audiens dengan pengelola akun	kkyzan : "Ketemu yg part 1, sisa 2 sama 3. Eh min btw balaikota yg ali cagar budaya tuh yg kantor walinya aja< yg tingkat gede	Tanya jawab yang menghasilkan ilmu pengetahuan yang baru bagi audiens

	dibelakangnya tu bukan bangunan colonial ya? disarpus_semarang : “Sama kantor drpd nya kak tapi sudah direnov tidak sama persisi dengan yg era colonial. Gedung belakang bangunan baru tahun 1980an” kkyzan : “@dinasarpus_smarang woalaa baru tau, tapi gaya arsitektur colonial ya disarpus_semarang : “iya kak didesain seperti bangunan colonial ala2 romawi gitu”	
--	--	--

Kategori pertama hingga ketiga menunjukkan bahwa akun ini berhasil menjalankan informasi kearsipan sebagai sumber nostalgia dan kategori keempat hingga kelima menunjukkan bahwa akun ini juga berhasil menjalankan fungsi informasi kearsipan sebagai sumber edukasi sekaligus memperkuat pola yang sebelumnya diamati dan disampaikan oleh pengelola akun melalui wawancara. Meski demikian, kesesuaian pola antara data insight dan temuan kualitatif ini perlu dipahami sebagai hasil triangulasi antara dua sumber data kualitatif, yaitu pengalaman pengelola akun selama berinteraksi dengan audiens dan hasil observasi peneliti terhadap komentar yang ada. Kesesuaian ini bukan berarti telah dilakukan verifikasi demografis secara langsung terhadap identitas setiap komentator, melainkan sebatas kecocokan pola antara dua sumber data yang sifatnya masih deskriptif.

Namun, temuan yang paling relevan dengan justru terlihat pada kategori ketiga. Interaksi antara akun kkyzan dan pengelola akun @dinasarpus_semarang. Interaksi ini adalah contoh nyata dari proses double interact seperti yang dijelaskan oleh Weick (1969), di mana komunikasi dalam organisasi tidak hanya terjadi dalam satu kali tindakan, melainkan terus-menerus berlangsung sebagai rangkaian tindakan

dan respons yang saling terhubung. Audiens memulai interaksi dengan mengajukan pertanyaan tentang kondisi sebuah bangunan yang dilindungi sebagai cagar budaya, lalu pengelola akun instagram @dinasarpus_semarang menjawab dengan memberikan informasi yang benar mengenai tahun bangunan tersebut di renovasi. Tindakan tersebut kemudian memicu respons dari audiens berupa kalimat "baru tau", yang menunjukkan bahwa proses tindakan dan respons berhasil membuat audiens mendapat pemahaman yang baru.

Pola ini menunjukkan bahwa respons audiens tidak sekadar menjadi hasil akhir dari proses penyebaran informasi. Respons tersebut justru ikut menjadi bagian dari informasi yang kembali masuk ke dalam proses komunikasi organisasi, sesuai dengan konsep *double interact* yang dikemukakan Weick. Pertanyaan yang diajukan audiens mendorong pengelola akun untuk memberikan klarifikasi lebih lanjut, dan klarifikasi itu pada akhirnya melahirkan pemahaman baru yang terlihat dari respons audiens setelahnya. Dari sini terlihat bahwa Instagram tidak sekadar menjadi kanal penyampaian informasi satu arah, tetapi juga ruang tempat pemaknaan informasi kearsipan terus disempurnakan lewat interaksi yang berkelanjutan antara pengelola akun dan audiensnya.

Terdapat fakta bahwa arsip foto lama Kota Semarang masih mampu menarik perhatian dan memunculkan respons emosional dari berbagai kalangan usia menunjukkan bahwa makna sebuah arsip tidak berhenti pada saat arsip itu dibuat. Nilai suatu arsip justru dapat terus berkembang dan tetap relevan bagi audiens yang berbeda, bahkan bagi generasi yang tidak mengalami langsung peristiwa di dalamnya. Interaksi tanya-jawab antara akun kkyzan dan pengelola @dinasarpus_semarang pada kategori edukasi dua arah sekaligus menjadi ilustrasi paling jelas dari konsep *double interact* Weick (1969). Pertanyaan audiens berfungsi sebagai data baru yang *di-enact* oleh pengelola, kemudian diseleksi maknanya berdasarkan pengetahuan kearsipan yang telah diretensi sebelumnya (fakta renovasi gedung tahun 1980-an), lalu dikembalikan kepada audiens sebagai informasi yang telah tereduksi ketidakjelasan. Siklus semacam ini menegaskan bahwa akun Instagram Dinasarpus Kota Semarang tidak hanya berfungsi sebagai kanal penyiaran

satu arah, melainkan sebagai simpul pemrosesan informasi organisasi yang hidup dan terus diperbarui melalui interaksi dengan publiknya.

Selain tiga fungsi komentar audiens yang telah dipaparkan pada Tabel 4.1 Kategorisasi Fungsi Komen Audiens, data pada fitur Audiens di Instagram Insights juga memperlihatkan gambaran serupa dari sisi demografi pengikut akun. Sebagian besar pengikut berada pada rentang usia 25 sampai 34 tahun dengan persentase 35,4%, disusul rentang usia 35 sampai 44 tahun sebesar 29,8%. Jika kedua rentang usia ini dipetakan ke dalam kategori generasi saat ini, keduanya masuk dalam kelompok Milenial dengan total gabungan mencapai 65,2% dari keseluruhan pengikut. Di sisi lain, audiens pada rentang usia 13 sampai 24 tahun yang mewakili generasi Z tercatat sebesar 17,5%. Angka ini menunjukkan bahwa data dari Instagram Insights sejalan dengan temuan wawancara sebelumnya, yaitu Milenial memang menjadi kelompok audiens paling dominan di akun ini, sementara Gen Z berperan sebagai segmen audiens kedua yang tetap aktif berinteraksi, terutama pada konten yang sifatnya edukatif. Terdapat perbedaan cakupan usia antara data Instagram Insights akun ini dengan data nasional NapoleonCat pada Tabel 1.1. Data Instagram Insights akun ini mencakup rentang usia 13 hingga 24 tahun untuk kelompok Gen Z, sementara data NapoleonCat baru mulai menghitung dari usia 18 tahun. Perbedaan ini terjadi karena adanya perbedaan cakupan pelaporan antara kedua sumber data tersebut. Meski begitu, secara umum kedua data ini tetap menunjukkan pola yang konsisten, yaitu dominasi kelompok usia muda pada audiens media sosial.

Walaupun demikian, tidak semua respon yang diberikan positif. Terdapat komentar yang kurang sopan mengenai fasilitas yang dinilai tidak memadai, meskipun penyebabnya berasal dari faktor internal yang tidak dapat diungkapkan kepada publik. Situasi ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola agar pandangan umum tidak terus terarah ke hal-hal negatif. Penemuan ini menegaskan bahwa keterlibatan komunikasi timbal balik yang menjadi karakteristik utama media sosial, seperti yang dijelaskan oleh Tasya dan rekan-rekan (2023), juga membawa dampak berupa kebutuhan untuk mengelola reputasi dan tanggapan publik yang lebih hati-hati bagi lembaga pemerintah.

“Kendala yang sering didapat dalam penyebaran informasi kearsipan pada instagram tidak menimbulkan pertanyaan dan ujaran yang negatif dan di luar dari konteks informasi yang dibagikan, sehingga upaya yang bisa dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut biasanya dengan cara mereport atau take down komen tersebut” (Wawancara dengan Rizka Ari Pratidibyana, S.Hum, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

2. Indikator Keberhasilan Konten dari Sudut Pandang Pengelola

Indikator keberhasilan konten edukasi kearsipan berdasarkan hasil wawancara selama ini diukur oleh pengelola secara sederhana lewat jumlah *likes* dan respons yang muncul dari audiens, Respons yang diberikan tidak hanya dalam bentuk interaksi di kolom komentar, namun setiap pertanyaan yang masuk melalui *direct message* (DM) juga merupakan interaksi yang oleh pengelola dinilai sebagai bukti bahwa informasi yang disampaikan menarik bagi audiens.

"Indikator khusus dari menilai keberhasilan konten edukasi bisa dilihat dari *likes*, dan juga bisa dilihat dari respon audiens, contohnya postingan konten promosi kegiatan di bidang kearsipan ada yang bertanya mengenai kegiatan tersebut, berarti sudah ada respons. Pertanyaan-pertanyaan melalui DM juga merupakan bukti dari keberhasilan konten sebagai bentuk respons aktif." (Wawancara dengan Rizka Ari Pratidibyana, S.Hum, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Pernyataan ini membuktikan bahwa indikator keberhasilan konten masih bersifat kualitatif dan berdasarkan observasi langsung dari pengelola, belum menggunakan indikator yang terukur secara sistematis serupa dengan target jumlah *engagement* atau rasio interaksi terhadap jumlah followers. Sementara itu, disampaikan Akbar dan Muksin (2025), evaluasi rutin berdasarkan data *engagement*, yang terdiri dari *likes*, komentar, *share* dan *saves*, merupakan komponen penting dari strategi pengelolaan instagram pada lembaga pemerintah untuk menilai seberapa efektif informasi menjangkau dan mempengaruhi audiens.

Kondisi ini memberikan ruang untuk Dinarpus Kota Semarang menghasilkan indikator keberhasilan konten yang lebih terstruktur, seperti menetapkan tingkat keterlibatan target postingan atau mencatat jumlah pertanyaan melalui DM secara berkala sebagai data pendukung. Indikator yang lebih terukur, pengelola tidak hanya dapat menilai konten mana yang berhasil menjangkau audiens, tetapi juga dapat menentukan jenis konten mana yang perlu diperbaiki atau dikembangkan.

Dari sudut pandang Weick (1969), penilaian keberhasilan konten yang masih bersifat kualitatif dan observasional ini menunjukkan bahwa tahap retention pada organisasi belum berjalan optimal, karena hasil pemaknaan atas respons audiens (likes, komentar, DM) belum disimpan dan diolah menjadi data terstruktur yang dapat dijadikan pembanding antarwaktu. Akibatnya, pembelajaran organisasi (*organizational learning*) dari satu siklus *enactment-selection* ke siklus berikutnya berlangsung secara implisit dan bergantung pada ingatan individu pengelola, bukan pada sistem retensi kelembagaan yang terdokumentasi.

3. Interaksi Lewat DM Sebagai Kanal Tambahan

Direct Message (DM) merupakan kanal interaksi yang aktif digunakan oleh audiens untuk berinteraksi dengan pengelola akun instagram Dinarpus Kota Semarang. DM memungkinkan audiens untuk mengajukan pertanyaan yang lebih spesifik seperti bagaimana mendapatkan akses ke layanan tertentu, tanpa harus menyampaikannya secara publik. Hal ini membedakannya dari kolom komentar yang dapat dilihat oleh semua pengguna.

“Banyak juga yang DM nanya soal akses SELARAS”,
(Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis
Terampil, 22 April 2026)

Pertanyaan ini menunjukkan bahwa DM bukan sekadar fitur tambahan, itu telah berfungsi sebagai jalur komunikasi dua arah, memiliki peran yang sebanding dengan kolom komentar dalam proses penyebaran informasi kearsipan. Audiens yang dihubungi melalui DM biasanya sudah berada pada tahap ketertarikan yang

lebih lanjut, yaitu mereka ingin mengetahui cara nyata untuk mengakses layanan dari pada hanya melalui komentar, tetapi juga melalui jalur komunikasi yang lebih privat seperti DM. Dengan demikian, DM dapat dianggap sebagai indikator tambahan atas keberhasilan penyebaran informasi, dan kanal ini dapat membantu pengelola meningkatkan pemanfaatannya oleh pengelola untuk menjangkau kebutuhan informasi audiens secara lebih personal.

4. Kendala dalam Penyebaran Informasi Kearsipan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa proses penyebaran informasi kearsipan menunjukkan respon positif dari audiens, hasil dari wawancara mengidentifikasi tiga masalah struktural yang dihadapi oleh pengelola akun: perencanaan, sumber daya manusia, dan operasional. Dalam hal perencanaan, pengelola akun belum mengatur jadwal unggah atau kalender konten yang terstruktur, sehingga sering kali konten menumpuk dan diunggah secara bersamaan karena tekanan dari kegiatan internal.

DM dapat dipandang sebagai kanal *enactment personal*, tempat audiens secara individual menandai kebutuhan informasinya yang lebih spesifik dan privat kepada organisasi. Jika interaksi ini direkam dan diretensi secara sistematis, DM berpotensi menjadi salah satu sumber data paling kaya bagi Dinarpus Kota Semarang untuk memahami secara lebih presisi jenis ketidakjelasan informasi (*equivocality*) apa yang paling sering dialami audiens terkait layanan kearsipan seperti SELARAS.

"Pernahkami posting 17 konten dalam sehari karena memang kebutuhannya begitu, terus beberapa hari berikutnya sepi lagi, jadi susah buat menstabilkan *engagement*. Idealnya sih satu hari satu konten, tapi memang belum ada *timeline* atau jadwal tetapnya." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026

Dari aspek sumber daya manusia, pelatihan yang spesifik tentang penyebaran informasi kearsipan melalui media sosial serta standar kompetensi resmi untuk pengelola konten masih belum tersedia.

"Sebenarnya gak ada skill khusus yang diwajibkan, yang penting informasinya bisa dikasih ke masyarakat dan bisa diterima. Tapi ya jadinya kami belajar sambil jalan aja." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Dari aspek operasional, saat ini belum ada prosedur tetap yang jelas untuk memilih arsip yang pantas diunggah, ditambah lagi dengan adanya keterbatasan pada alat digitalisasi yang menghambat jenis arsip tetap yang dapat dipublikasikan.

"Untuk arsip peta itu sebenarnya pernah kami publikasikan, tapi belum maksimal, soalnya scanner yang kami punya cuma ukuran F4, belum ada yang ukuran besar." (Wawancara dengan Fahmi Aulia Tarliandanu, A.Md, Arsiparis Terampil, 22 April 2026)

Ketiga kendala ini mencerminkan perbedaan antara konsep teori penyebaran informasi dan realitas di lapangan. Ibrahim (1998) menekankan bahwa penyebaran informasi perlu dirancang, diarahkan, dan diorganisir dengan cara yang sistematis, tetapi hasil yang didapat di lapangan memperlihatkan bahwa proses ini masih bersifat responsif, menyesuaikan tekanan dari kegiatan di dalam organisasi. Meskipun demikian, batasan-batasan ini tidak sepenuhnya menghalangi efektivitas penyebaran, karena sifat Instagram sebagai platform yang bersifat visual dan interaktif juga berperan dalam mengatasi masalah tersebut.

Ketiga kendala struktural ini, jika dibaca melalui Teori Informasi Organisasi Weick (1969), menunjukkan bahwa siklus *enactment-selection-retention- double interact* pada organisasi belum ditopang oleh struktur yang stabil. Ketiadaan kalender konten mencerminkan lemahnya retensi pada tahap perencanaan. Ketiadaan standar kompetensi mencerminkan retensi pengetahuan yang masih bersifat tasit dan personal ("belajar sambil jalan"), bukan pengetahuan kelembagaan yang terdokumentasi. Sementara keterbatasan alat digitalisasi membatasi kapasitas organisasi dalam melakukan *enactment* terhadap seluruh jenis arsip yang tersedia, sehingga sebagian arsip (seperti peta berukuran besar) tidak pernah sampai pada tahap seleksi dan retensi. Dengan kata lain, organisasi ini telah menjalankan proses

pemrosesan informasi secara fungsional, namun belum sepenuhnya *loosely coupled* secara sehat, karena ketergantungannya pada individu tertentu membuat sistem rentan apabila terjadi pergantian personel.