

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

Pengelolaan media sosial telah menjadi aspek penting dari strategi komunikasi untuk berbagai jenis organisasi di era digital saat ini. Praktik pengelolaan media sosial mencakup berbagai strategi dan teknik yang digunakan untuk mempromosikan merek, menyebarkan informasi, dan berinteraksi dengan *audiens* secara *online*. Pada pengelolaan media sosial PRFM News mencakup pemilihan *platform* yang tepat, penjadwalan konten yang strategis, penggunaan konten visual yang menarik, serta interaksi aktif dengan pengguna melalui komentar, pesan, dan tanggapan terhadap umpan balik.

Bentuk pengelolaan media sosial PRFM news yakni dengan menggunakan beberapa platform media sosial dalam menyebarkan informasi, di antara nya merupakan Facebook, Youtube, Tiktok dan X. Namun berdasarkan observasi yang dilakukan, media sosial yang paling *aktif menyebarkan informasi kepada publik yaitu media sosial X karena jumlah audiens lebih banyak dan lebih aktif* di media sosial X. Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung merupakan bagian dari grup perusahaan media terbesar di Jawa Barat, yakni Pikiran Rakyat Group yang telah berdiri sejak 24 Maret 1966 harian Pikiran Rakyat merupakan salah satu media massa yang paling lama bertahan di Jawa Barat. Salah satu pertimbangan Pikiran Rakyat menerapkan konsep konvergensi media yaitu

motif bisnis media. Media massa jika tidak memasuki ranah teknologi digital akan digilas oleh persaingan media massa yang kian cepat. Model bisnis yang ditawarkan adalah memunculkan produk-produk derivasi (turunan) dari media cetak. Produk derivasi itu berawal dari sumber berita yang sama dan dari jurnalis yang sama.

Media masa kini menerapkan konsep konvergensi media menjadi motif bisnis media, kini seluruh komponen yang ada dalam PRFM News akan dimaksimalkan dalam menyajikan sumber berita untuk memproses menjadi produk turunan, dapat berupa *e-paper*, radio, dan *e-books*, atau *event* yang berbasis komunitas. Berdasarkan temuan *Nielsen Audience Measurement* pada tahun 2014 menyatakan bahwa minat membaca surat kabar masyarakat semakin rendah dikalahkan internet. Surat kabar hanya dikonsumsi masyarakat Indonesia sebanyak 12%, sedangkan internet melaju pesat menembus angka 44%. Surat kabar sebagai media massa konvensional atau *old media* hanya memperoleh persentase 12% harus bersiap menyusun strategi agar tetap bertahan menghadapi persaingan media yang semakin ketat. Surat kabar yang dianggap semakin lambat dalam menyampaikan berita menjadi alasannya ditinggalkan. Era digital atau era *new media* menuntut kecepatan dan kemudahan akses informasi dimana saja dan kapan saja.

Berdasarkan data pra penelitian, PRFM News melakukan kegiatan *online public relations* dengan memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyebarkan informasi secara cepat dan tepat kepada publik. Media sosial yang digunakan diantaranya X, Facebook, Youtube, Tiktok dan X. Masing- masing

media sosial memiliki jumlah pengikut yang berbeda, untuk media sosial X PRFM News memiliki 384 ribu pengikut, media sosial Facebook memiliki 80 ribu pengikut, media sosial YouTube Radio PRFM 107,5 News Channel memiliki 89,6 ribu *subscriber*, media sosial Tiktok memiliki 711,4 ribu pengikut dan untuk media sosial X memiliki 319,8 ribu pengikut. (Observasi pada media sosial X, Facebook, YouTube, Tiktok, dan X PRFM News)

Akun resmi media sosial X Radio PRFM yaitu @PRFMnews memiliki 319.859 pengikut dan 754.912 postingan, serta sudah berstatus *verified* atau sudah memiliki centang biru, hal ini mengindikasikan bahwa media sosial X @PRFMnews sudah terverifikasi keasliannya serta populer atau banyak dikunjungi orang. (Observasi pada akun X @PRFMnews)

Pengelolaan media sosial, hal utama yang cukup penting yakni dibutuhkan kemampuan untuk membangun dan memelihara keterlibatan dengan *audiens* serta memperkuat merek atau pesan yang ingin disampaikan oleh organisasi kepada *audiens*. Memahami preferensi dan perilaku pengguna di masing-masing *platform* media sosial tentunya membantu organisasi dalam mengoptimalkan konten yang akan diunggah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi antara organisasi dengan *audiensnya*.

Pengelolaan media sosial juga melibatkan pemantauan dan analisis terhadap konten yang diunggah serta respons *audiens*. Dengan bantuan *tools* atau alat dalam proses analisis data dan *metrics* tertentu, membantu organisasi mengetahui hal yang dapat dievaluasi demi efektivitas kampanye media sosial

mereka, mengidentifikasi *trend*, dan membuat perubahan strategis yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja di masa mendatang.

Melalui unggahan-unggahan PRFM News melibatkan tanggapan cepat terhadap peristiwa atau tren yang relevan, serta upaya untuk tetap relevan dan terkini dalam konten yang dibagikan dalam proses pengelolaan media sosial. Tentunya, dalam proses pengelolaan media sosial dibutuhkan pemantauan yang berkala atau terus-menerus dari waktu ke waktu terhadap lingkungan media sosial dan perlunya penyesuaian atau adaptasi cepat terhadap perubahan dalam perilaku pengguna dan tren industri.

Pengelolaan media sosial tentu dibutuhkan pemahaman mendalam terhadap penggunaan *platform* media sosial hingga pemahaman terhadap tingkah laku *audiens* di media sosial. Hal ini yang menunjukkan bahwa dalam proses pengelolaan media sosial bersifat dinamis dan kompleks. Selain itu, perlu diterapkannya praktik terbaik dalam pengelolaan media sosial, sehingga organisasi mampu memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mencapai tujuan komunikasi dan bisnis organisasi maupun perusahaan.

PRFM News telah menjadikan media sosial sebagai bagian integral dari strategi komunikasi termasuk lembaga media seperti PRFM News. Era dimana informasi tersebar luas dengan cepatnya melalui *platform- platform* digital, penting bagi entitas media untuk memiliki kehadiran yang kuat dan efektif di media sosial. Penelitian mengenai pengelolaan media sosial PRFM News,

terutama melalui akun @PRFMnews, menjadi relevan dalam memahami dinamika dan praktik terkini dalam menyebarkan informasi.

PRFM News melakukan beberapa upaya yang harus dilakukan untuk mendapatkan status *verified* atau tanda centang biru pada akun X @PRFMnews diantaranya, akun yang didaftarkan harus autentik yang mewakili orang, bisnis, atau entitas yang terdaftar keasliannya, akun harus mewakili keberadaan orang atau bisnis yang unik, atau entitas terkenal yang memenuhi syarat, kemudian hanya satu akun per orang atau bisnis yang dapat diverifikasi, akun harus bersifat publik dan memiliki bio, foto profil, dan setidaknya satu postingan, dan yang terakhir akun harus mewakili orang, merek, atau entitas yang terkenal dan sangat dicari. Kesimpulannya akun yang mendapatkan status *verified* atau centang biru di X adalah akun terpilih yang mewakili orang, bisnis, dan entitas yang terdaftar keasliannya serta dikenal banyak orang yang dibuktikan dengan memiliki banyak pengikut di akun X nya.

PRFM News menggunakan akun media sosial X, untuk melakukan aktivitas berupa membagikan informasi, edukasi dan hiburan dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di media sosial X atau Twitter. PRFM News turut menggunakan X karena saat ini aplikasi ini cukup populer di berbagai kalangan. Hal ini menjadikan X sebagai salah satu pilihan masyarakat, sehingga banyak lembaga atau perusahaan yang telah memanfaatkan media sosial X untuk menyebarkan informasi serta digunakan sebagai media komunikasi dengan publik sasarnya. Postingan dipublikasikan melalui X

PRFM news meliputi berita terbaru , rekomendasi, *banner, news, feature, tips,* video, dan masih banyak unggahan lainnya.

Akun X @PRFMnews melakukan publikasi postingan di media sosial X, sekurangnya 25 hingga 50 postingan setiap harinya. Terdapat hal yang cukup menarik pada postingan yang dipublikasikan, dimana PRFM News sangat aktif dan sering membalas komentar masyarakat di postingan @PRFMnews. Hal ini yang menjadikan @PRFMnews menjadi media yang sangat memiliki kepercayaan tinggi terhadap masyarakat khususnya mampu membuktikan adanya respon positif dari masyarakat terhadap unggahan @PRFMnews. Hal ini dibuktikan dengan ketertarikan masyarakat terhadap konten atau cuitan yang dipublikasikan oleh akun X @PRFMnews. Tentunya fenomena ini membantu meningkatkan branding Media sosial X @PRFMnews dalam memuat berbagai konten sesuai dengan yang dimiliki @PRFMnews sebagai platform media.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang diambil oleh PRFM News dalam mengelola akun X @PRFMnews, sebagai bentuk kegiatan *Online Public Relations*, dengan menggunakan konsep *The Circular Model Of Some For Social Communication (Share, Optimize, Manage, Engage)* yang digagas oleh Regina Luttrell pada bukunya yaitu *Social Media How To Engage, Share, and Connect* tahun 2018.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penelitian ini difokuskan pada Pengelolaan media sosial X @PRFMnews dalam menyebarkan informasi dengan menggunakan konsep pertanyaan penelitiannya sebagai berikut :

1. Bagaimana tahap membagikan (*Share*) pada pengelolaan akun X @PRFMnews?
2. Bagaimana tahap optimalisasi (*Optimize*) pada pengelolaan akun X @PRFMnews?
3. Bagaimana tahap mengelola (*Manage*) pada pengelolaan akun X @PRFMnews?
4. Bagaimana tahap melibatkan (*Engage*) pada pengelolaan akun X @PRFMnews?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian peneliti menarik tujuan dalam melakukan penelitian ini diantaranya :

1. Mengetahui Tahap *Share* (Membagikan) Konten Pada Pengelolaan *Digital public relations* di Media Sosial X @PRFMNews
2. Mengetahui Tahap *Optimize* (Mengoptimalkan) Pesan Pada Pengelolaan *Digital public relations* di Media Sosial X @PRFMNews
3. Mengetahui Tahap *Manage* (Mengelola) Informasi Pada Pengelolaan *Digital public relations* di Media Sosial X @PRFMNews

4. Mengetahui Tahap *Engage* (Melibatkan) Publik Pada Pengelolaan *Digital public relations* di Media Sosial X @PRFMNews

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi, pengetahuan, dan memberikan manfaat mengenai perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam pengelolaan media sosial X atau Twitter yang saat ini menjadi salah satu media sosial yang cukup populer. Penelitian ini juga diharapkan menambah kajian ilmu komunikasi *public relations* terutama dalam kajian *public relations* sebagai representasi aktivitas *online public relations* dan menjadi informasi peneliti sebagai pedoman penelitian mengenai pengelolaan media sosial X @PRFMnews dengan *menggunakan The Circular Model of Some*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman bagi *public relations* dalam menjalankan perannya di kehidupan nyata sebagai pihak yang penting dalam perusahaan. Aktivitas pengelolaan media sosial pada PRFM news ini memiliki nilai-nilai manfaat dalam mengelola media sosial perusahaan, diantaranya :

- 1) Bagi PRFM News, hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumbangsih pemikiran kepada Radio PRFM News sebagai masukan dalam merancang dan mengelola jalannya distribusi konten untuk mengelola sosial media perusahaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan evaluasi PRFM News dalam

mengembangkan media sosialnya yang dijabarkan menggunakan *The Circular Model of Some*.

- 2) Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi masyarakat terkait pengelolaan media sosial X dengan menggunakan *The Circular Model of Some*, atau khususnya pengelolaan di bidang sosial media.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian jurnal yang dilakukan oleh Carolin Mboeik, Petrus Ana Andung, dan Sylvania S.E Mandaru dari Universitas Nusa Cendana Kupang, dengan judul Praktik *Digital Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) UIW NTT. Penelitian ini menggunakan teori *New Media*, dengan metode studi kasus, pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif. (Jurnal Politikom Indonesiana Vol.5 No.2)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. PLN (Persero) UIW NTT dalam melakukan praktik *Digital Public Relations* terbilang baik, terutama pada pengelolaan informasi dan komunikasi. PLN NTT menjalankan peran

informatif serta edukatif dalam menjawab kebingungan masyarakat, sehingga terjalinnya komunikasi dua arah yang efektif antara masyarakat dengan PLN NTT. Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pada metode, teori yang digunakan, fokus penelitian, dan lokasi penelitian kebingungan masyarakat, sehingga terjalinnya komunikasi dua

arah yang efektif antara masyarakat dengan PLN NTT. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pada metode, teori yang digunakan, fokus penelitian, dan lokasi penelitian.

Kedua, penelitian jurnal yang dilakukan oleh Beni Erliansyah, dengan judul Manajemen Pengelolaan *Cyber Public Relations* Dalam Mewujudkan *Good Governance* Pemerintah Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan teori *Four Step PR*, metode studi kasus, dengan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif. (Jurnal JOM FISIP Vol.4 No.2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Pengelolaan *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Payakumbuh yaitu lebih menekankan pada proses perencanaan, pengelolaan informasi dan komunikasi, dan evaluasi kegiatan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada metode, teori yang digunakan, fokus penelitian, dan lokasi penelitian.

Ketiga, penelitian jurnal yang dilakukan oleh Muhammad Syafaat dan Delmia Wahyudin, dengan judul Analisis Implementasi *Digital Public Relations* Pada Konten X @alaminuniversal. Penelitian ini menggunakan konsep *Digital Public Relations*, pendekatan kualitatif analisis interpretatif. (Jurnal Pustaka Komunikasi VOL.3 No.1)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Digital Public Relations* yang dilakukan oleh akun X @alaminuniversal sudah memenuhi konsep *Digital Public Relations*, dapat dilihat pada aspek *Transparency*,

Richness, dan Reach dalam setiap postingan yang diberikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada metode, teori yang digunakan, fokus penelitian, dan lokasi penelitian.

Keempat, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ade Rinrin, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung Skripsi (2021), dengan judul *Implementasi Cyber Public Relations Di Pemerintahan Kabupaten Garut Melalui Media Sosial X*. (digilib.uinsgd.ac.id)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemerintahan Kabupaten Garut Dalam mengimplementasikan kegiatan *cyber public relations* telah memenuhi teori *four step PR*, diantaranya ada identifikasi masalah yaitu analisis situasi media dan analisis konten media, kemudian tahap perencanaan meliputi penentuan tujuan dan rancangan konten, kemudian tahap pelaksanaan dan pengkomunikasian yaitu pengelolaan akun X dan pembuatan konten, dan yang terakhir evaluasi melalui indikator keberhasilan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada teori yang digunakan.

Kelima, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Muhammad Irfandi, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung Skripsi (2021), dengan judul *Pengelolaan Akun Youtube Sebagai Bentuk Kegiatan Online Public Relations (Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Youtube Kementerian Perindustrian RI)*. (digilib.uinsgd.ac.id)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kementerian Perindustrian RI dalam melakukan pengelolaan akun Youtube sebagai bentuk kegiatan *Online Public Relations* telah memenuhi konsep *fact finding* serta teori *Planning, Organizing, Action, Controlling* (POAC). Tahap pencarian data yang dilakukan dengan riset informal dan diskusi kelompok. Tahap perencanaan dilakukan dengan penetapan tujuan pengelolaan, sumber daya, dan khalayak sasaran. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan rapat secara *online* maupun *offline*. Tahap Pengawasan dilakukan dengan komunikasi formal berupa rapat dan pengawasan berdasarkan tolak ukur keberhasilan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teori yang digunakan, fokus penelitian, dan lokasi penelitian.

Keenam, penelitian yang dibuat oleh Reynaldi Alvi Rizqi, mahasiswa Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini berjudul “Pengelolaan Media sosial X PRFM News dalam menyebarkan Informasi” yang diteliti dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Table 1.1 : Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan
Carolin Mboeik, Petrus Ana Andung, Silviana S.E (2020)	Praktik <i>Digital Public Relations</i> dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) UIW NTT	Studi Kasus, kualitatif, analisis deskriptif	<i>New Media</i>	Pengelolaan <i>digital public relations</i> yang dilakukan oleh PLN PT NTT terbilang baik terutama dalam hal mengelola informasi dan komunikasi dua arah dengan publik.	Metodologi penelitian, teori yang digunakan dan lokasi penelitian.

Beni Erliahyah (2017)	Manajemen Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam Mewujudkan <i>Good Governance</i> Pemerintah	Studi Kasus, kualitatif, analisis deskriptif	<i>Four Step PR</i>	Pengelolaan manajemen <i>cyber public relations</i> yang dilakukan oleh	Metodologi penelitian, teori yang digunakan dan lokasi penelitian.
-----------------------	--	--	---------------------	---	--

	Kota Payakumbuh			pemerintah Kota Payakumbuh lebih menekankan pada proses perencanaan, pengelolaan informasi dan komunikasi, serta evaluasi kegiatan.	
Muhammad Syafaat dan Delmia Wahyudin (2020)	Analisis Implementasi <i>Digital Public Relations</i> pada Konten X @alaminuniversal	Analisis deskriptif	Konsep Digital PR	Implementasi <i>digital public relations</i> yang dilakukan pada akun X @alaminuniversal sudah memenuhi teori digital PR.	Teori yang digunakan, lokasi dan objek penelitian.
Ade Rinrin (2021)	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> di Pemerintahan	Kualitas, analisis	<i>Four Step PR</i>	Pemerintahan Kabupaten Garut dalam	Lokasi penelitian, teori yang digunakan

	n Kota Garut Melalui Media Sosial X	deskriptif		<p>mengimple mentasikan kegiatan <i>cyber public relations</i> telah memenuhi teori <i>four step PR</i>, diantaranya ada identifikasi masalah yaitu analisis situasi media dan analisis konten media, kemudian tahap perencanaan meliputi penentuan tujuan dan rancangan konten, kemudian tahap pelaksanaan dan pengkomunikasian yaitu pengelolaan akun X dan pembuatan</p>	dan objek penelitian.
--	-------------------------------------	------------	--	---	-----------------------

				konten, dan yang terakhir evaluasi keberhasila n.	
Muham mad Irfandi (2021)	Pengelolaan Akun YouTube sebagai Bentuk Kegiatan <i>Online Public Relations</i> (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Akun YouTube Kementerian Perindustria n RI)	Kualita tif, analisis deskrip tif	Kons ep <i>Fact Findi ng</i> dan teori POA C	Kementria n Perindustri an RI dalam m elakukan pengelolaa n akun Youtube sebagai Bentuk kegiatan Online Public Relations Kelompok melalui tahap perencanaa n dilakukan dengan penetapan tujuan pengelolaa n, sumber daya, dan khalayak sasaran. Tahap	Teori yang digunakan, lokasi dan objek penelitian.

				<p>pelaksanaan dilakukan dengan rapat secara <i>online</i> ataupun <i>offline</i>. Tahap pemerintahan dilakukan dengan komunikasi formal berupa rapat dan pemerintahan berdasarkan tolak ukur keberhasilan.</p>	
Reynaldi Alvi Rizqi (2024)	<p>Pengelolaan Media sosial X PRFM M</p> <p><i>News</i> dalam menyebarkan Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun X</p>	Deskriptif kualitatif	<i>The Circular Mode of SoMe</i>	<p>Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah yang diambil oleh PRFM News dalam mengelola</p>	Lokasi penelitian, serta teori yang digunakan.

	@PRFMnews)			akun X @PRFMnews dengan menggunakan <i>The Circular Model Of Some The Circular Model Of Some.</i>	
--	------------	--	--	---	--

1.5.2 Landasan Teoritis

Penelitian yang dilakukan pada akun media sosial X atau Twitter @PRFMnews ini tentu akan membahas bagaimana PT Pikiran Rakyat dalam mengelola media sosial sebagai bentuk pembaharuan terhadap sistem publikasi dari metode konvensional menjadi metode berbasis digital.

Dalam membahas proses pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh PRFM News melalui media sosial, penelitian ini berlandaskan pada konsep teori *Circular Model of Some* yang digagas oleh Regina Luttrell dalam bukunya pada tahun 2018. Konsep ini dicetuskan oleh Regina tentunya untuk membantu khususnya praktisi *public relations* dalam proses pengelolaan media sosial serta membantu dalam mencapai tujuan organisasi maupun perusahaan melalui pengelolaan media sosial.

Berdasarkan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat tahapan-tahapan yang perlu dijalankan oleh praktisi *public relations* dalam proses pengelolaan media sosial khususnya yang digunakan oleh PRFM News

yakni media sosial X atau Twitter. Empat tahapan tersebut akan diuraikan secara singkat sebagai berikut.

a. Membagikan (*Share*)

Seorang praktisi *public relations* perlu untuk memahami bagaimana dan dimana publiknya berinteraksi, media apa yang seharusnya digunakan untuk menyebarkan konten, karena hal tersebut merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk terhubung, membangun kepercayaan, dan mengidentifikasi saluran yang memungkinkan interaksi yang tepat. Kegiatan *online public relations* pada tahap ini membuat praktisi *public relations* menyusun strategi terkait media sosial apa yang digunakan.

Peneliti menggunakan aspek *share* untuk memahami bagaimana PRFM news ini mengelola media sosial X dengan nama akun @PRFMnews dalam menyebarkan informasi kepada publiknya agar menciptakan sebuah interaksi dan komunikasi antara organisasi dan publiknya agar organisasi dan publik saling terhubung.

b. Optimalisasi (*Optimize*)

Optimalisasi informasi penting dalam perencanaan komunikasi melalui media sosial, untuk memaksimalkan komunikasi. Perencanaan komunikasi yang matang melalui optimalisasi hasil konten yang dibuat, memberikan dampak yang maksimum dari pesan, *brand*, dan *value*.

Peneliti menggunakan aspek *optimize* untuk mengetahui bagaimana PRFM news mengoptimalkan kontennya dalam media sosial X @PRMnews agar komunikasi yang dilakukan dengan publiknya tercipta dua arah.

c. Mengelola (*Manage*)

Pesan yang disampaikan melalui media sosial, hendaknya dikelola, dipantau, dan diukur dengan baik. Sebuah perusahaan atau lembaga hendaknya mendengarkan apa yang dibicarakan oleh publik, dan belajar dari apa yang telah terjadi. Praktisi *public relations* menjalankan kegiatan baru di mana publik mendapatkan adanya komunikasi yang transparan. Perubahan yang bermakna dipenuhi dengan substansi yang mengarah kepada pemenuhan yang saling menguntungkan. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk melacak, dan mengukur kegiatan komunikasi apa saja yang sedang terjadi secara *real time* tentang perusahaan, produk yang ditawarkan, hingga topik apapun yang sedang dibahas pada lanskap media sosial.

Peneliti menggunakan aspek *manage* untuk mengetahui bagaimana PRFM news mengelola akun media sosial X @PRFMnews untuk merencanakan bagaimana komunikasi antara organisasi dengan publiknya dalam akun media sosial X @PRFMnews ini dengan konten-konten yang dibuatnya.

d. Melibatkan (*Engage*)

Menerapkan strategi *engagement* merupakan hal yang sulit, namun ketika perusahaan menyadari manfaat dari *authentic engagement*, hubungan yang

harmonis akan terbentuk antara perusahaan dengan publik. *Engagement* ini menitikberatkan pada melibatkan publik pada proses komunikasi dua arah.

Peneliti menggunakan aspek *engage* untuk mengetahui bagaimana PRFM news melibatkan publiknya dalam proses komunikasi yang dilakukan untuk kebutuhan dalam penyebaran informasi dalam media sosial X @PRFMnews.

1.5.3 Landasan Konseptual

1. *Cyber Public Relation*

Cyber Public Relations merupakan kegiatan komunikasi *public relations* dengan memanfaatkan media internet sebagai wadah untuk memberikan informasi, membangun merek, hingga memelihara kepercayaan publik. Onggo (2004) *DigitalPublic Relation, Cyber Public Relations, E-Public Relations, Public Relations On The Net* merupakan kegiatan *public relations* di mana menggunakan media internet sebagai sarana komunikasi, tujuannya untuk membangun *brand* dan memelihara kepercayaan publik. *Cyber public relations* merupakan internet yang dijadikan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan *public relations*.

Pesatnya perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi, disertai dengan berkembangnya industri 5.0 di era sekarang ini, membuat praktisi *public relations* beradaptasi dengan kehadiran internet dimana memanfaatkan media internet khususnya media sosial sebagai bagian dari manajemen. Suprawanto (2018:48) menjelaskan bahwa perkembangan industri telah mengubah cara pandang dalam berkomunikasi, ide, gagasan, opini, dan fakta bukan lagi menjadi

milik bagian kelompok kecil, melainkan milik semua orang yang melek teknologi. Keberadaan internet beserta produknya seperti media sosial dan *website* sangat dibutuhkan praktisi *public relations* dalam penyebarluasan informasi perusahaan kepada publiknya tanpa terikat perantara seperti media konvensional, selain itu juga dapat menjangkau khalayak lebih luas secara cepat dan tepat tanpa menggunakan tenaga yang lebih.

2. Penyebaran Informasi

Praktis *public relations* memiliki peranan penting dalam melakukan penyebaran informasi kepada publiknya sehingga terciptanya interaksi dan komunikasi dengan publiknya. Satria dan Hidriani (2021 : 179), menjelaskan bahwa *public relations* berperan penting dalam menyebarkan informasi yang benar atau sesuai fakta kepada masyarakatnya karena *public relations* ini berperan sebagai mediator atau penghubung antara organisasi dengan publiknya. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh praktisi ini penting untuk menjadi penghubung antara organisasi dengan publiknya sehingga dapat tercipta hubungan baik antara organisasi dengan publiknya. Pengelolaan adalah seni dan ilmu dalam mengatur segala sesuatu dengan efisien dan efektif. Terry (dalam Haryati, 2014:110) pengelolaan ialah suatu proses yang mempengaruhi tindakan individu atau lembaga dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan yang bertujuan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui sumber daya yang tersedia.

Berdasarkan definisi diatas tahap dalam melakukan pengelolaan meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan adalah proses awal dari suatu kegiatan dan syarat dalam melakukan pengelolaan yang kemudian pelaksanaan program yang telah ditetapkan, dan pengawasan jalannya kegiatan agar tetap berjalan sesuai dengan yang ingin dicapai dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia.

3. Twitter (X)

Twitter atau sekarang namanya berubah menjadi X merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi menggunakan penggunaan kata. Bara, Nasution, Ginting dan Kartini (2022 : 168), menjelaskan bahwa Twitter merupakan media sosial yang memiliki format berbeda dimana Twitter dapat membagikan informasi berupa pesan singkat dengan maksimal jumlah karakter yakni 140 karakter. Twitter ini dapat digunakan untuk menyebarkan informasi dengan jelas pada publiknya dengan penggunaan kata-kata.

Saat ini, X atau Twitter menjadi sosial media yang cukup populer di kalangan masyarakat, hal ini karena X memiliki kecepatan dalam penyebaran informasi yang sangat cepat. Suatu topik pemberitaan terbaru, terhangat, hingga *ter-update* mampu disajikan di X, sehingga masyarakat mampu mendapatkan informasi terbaru hanya dengan mencari kata kunci pada fitur pencarian atau *search* di X maka informasi dari berbagai sumber akan ditampilkan.

Media sosial X juga populer dengan fitur hashtag untuk menjadikan suatu topik bahasan menjadi trending. Hal ini cukup membantu para pengguna X dalam mendapatkan informasi, sebab hanya dengan mengetuk pilihan hashtag atau tagar yang sedang trending maka pengguna X akan langsung mendapatkan informasi yang diinginkan mulai dari informasi akurat hingga pendapat pengguna lain.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam proses penelitian, lokasi penelitian berada di Kantor PT Pikiran Rakyat Media Network yang beralamat di Jl. Asia Afrika No 75 Bandung Jawa Barat 40111. Objek penelitian yaitu Pengelolaan media sosial X @PFMnews dalam Mengelola Media Sosial (Studi Deskriptif pada PT Pikiran Rakyat Media Network). Peneliti meneliti PT Pikiran Rakyat Media Network sebagai tempat penelitian karena peneliti tertarik dalam pengelolaan media sosial X @PRFFMnews secara konsisten aktif sebagai alat penyebaran informasi yang selalu *update* dalam membagikan informasi di akun media sosial X.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Ardianto (2011: 11), menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme adalah sebuah paradigma yang selalu dan hanya mengambil kebenaran dari sebuah fenomena sosial dan dijadikan konstruksi sosial. Paradigma ini menjelaskan perilaku individu hingga masyarakat yang dibentuk berdasarkan pengaruh lingkungan dari tanggapan terhadap diri sendiri.

Penggunaan paradigma konstruktivisme ini membantu peneliti dalam memahami fenomena pengelolaan media sosial X @PRFMnews oleh PRFM news sebagai bentuk kegiatan *online public relations* untuk menjelaskan bagaimana pengelolaan media sosial X @PRFMnews yang dilakukan oleh PRFM news.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Data yang didapatkan dari penggunaan pendekatan kualitatif akan lebih lengkap, lebih mendalam, memiliki kredibilitas dan bermakna sehingga dapat tercapainya tujuan penelitian. Sugiyono (2009: 115) menjelaskan bahwa penggunaan pendekatan kualitatif dapat menemukan sebuah proses kerja, perkembangan atas suatu kegiatan, deskriptif yang luas dan mendalam, perasaan, sikap mental, adanya norma keyakinan hingga etos kerja dan budaya yang diyakini oleh seseorang atau sekelompok orang.

Pendekatan kualitatif ini membantu peneliti dalam mendeskripsikan bagaimana PRFM news mengelola akun media sosial X @PRFMnews dengan menggunakan *The Circular Model of Some*.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan bagian dari ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana prosedur kerja mencari kebenaran. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggambarkan suatu objek yang diteliti dengan apa adanya tanpa ada rekayasa. Metode deskriptif kualitatif pada dasarnya cenderung lebih fleksibel dan mendalam. Sugiyono (2006:29) menjelaskan bahwa metode deskriptif

kualitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan atau memberikan deskripsi tentang suatu objek penelitian berdasarkan data yang telah terkumpul.

Berdasarkan uraian tersebut, metode deskriptif kualitatif ini memusatkan perhatian pada pemahaman yang mendalam tentang fenomena tertentu dengan menitikberatkan pada deskripsi dan metode ini tidak terbatas pada pengukuran statistik. Metode deskriptif membantu peneliti dalam menjabarkan secara rinci mengenai pengelolaan media sosial sebagai kegiatan *online public relations*. Penggunaan metode penelitian tersebut akan menggambarkan hasil penelitian dari data yang diperoleh peneliti melalui proses wawancara dan observasi partisipasi pasif sehingga penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam bagaimana seorang *public relations* organisasi atau lembaga dalam memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi sebagai kegiatan *online public relations* untuk membangun hubungan baik dengan *audiens*.

1.6.4 Jenis Dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Data pada penelitian ini yaitu data kualitatif, karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis data kualitatif merupakan data di mana semua elemen datanya berbentuk tulisan, bukan angka. Jenis data tulisan ini akan menjelaskan serta menggambarkan fakta dan fenomena serta mampu menginterpretasikan keseluruhan masalah ataupun proses Kegiatan *Online Public Relations* Melalui Pengelolaan Akun X @PRFMnews.

1. Sumber Data

Pada proses perolehan data dalam penelitian ini, peneliti membagi sumber data yang diperoleh menjadi dua jenis data, diantaranya:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari subjek penelitian. Data primer merupakan data yang asli, objektif, dan dapat diandalkan, karena data ini dijadikan sebagai sumber utama dalam sebuah penelitian. Data primer pada penelitian ini didapat dari Bidang dan staf Bidang Pengelolaan Media X PRFM news dengan nama akun @PRFMnews, yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan yang berhubungan langsung dengan fokus penelitian yaitu pengelolaan media X @PRFMnews

b. Data Sekunder

Berbeda dengan data primer, data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh langsung dari subjek penelitian, namun dapat digunakan sebagai penunjang untuk data primer dalam melakukan penelitian. Data sekunder penelitian ini dokumen, *website* Radio PRFM news, dan media X @PRFMnews, serta sumber lainnya yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini yang relevan dengan fokus penelitian yaitu pengelolaan X @PRFMnews yang dilakukan oleh PRFM news.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menentukan beberapa informan yang mengetahui dan menguasai fokus dan pertanyaan penelitian agar peneliti dapat menerima data sesuai dengan

kebutuhan. Beberapa syarat yang peneliti tentukan dalam menentukan informan yaitu:

1. Staf atau pekerja di Tim *Social Media* yang telah bekerja minimal satu tahun.
2. Staf atau pekerja di Tim *Digital Marketing* yang telah bekerja minimal satu tahun.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan pengumpulan data menggunakan pertukaran informasi melalui pertanyaan yang diajukan dan jawaban yang didapatkan kepada informan sehingga membantu peneliti untuk mengetahui hal-hal yang dibutuhkan dalam penelitian secara lebih mendalam. Sugiyono (dalam Maulida, 2022:5) bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang diteliti dan apabila peneliti ingin mengetahui suatu hal dari responden secara mendalam mengenai perilaku, makna dan kejadian yang ingin diteliti oleh peneliti.

Peneliti memilih teknik pengumpulan data wawancara mendalam pada akun media sosial X @PRFMnews dalam mengelola sosial media perusahaan. Pertama, pertanyaan terstruktur menggunakan daftar terkait pertanyaan pengelolaan akun media sosial X @PRFMnews. Kedua, pertanyaan spontan di luar daftar masalah yang muncul saat proses wawancara informal berkembang. Wawancara akan dilaksanakan secara langsung dengan jadwal yang telah disepakati oleh pihak terkait dengan narasumber yang telah ditentukan.

2. Observasi Partisipasi Pasif

Peneliti juga menggunakan observasi partisipatif pasif sebagai teknik pengumpulan data penelitian. Sugiyono (2017 : 227), menjelaskan bahwa observasi partisipasi pasif adalah penelitian dilakukan secara langsung turun ke lapangan namun tanpa harus terlibat secara langsung kedalam kegiatan yang sedang diteliti. Pada observasi ini peran peneliti adalah sebagai pengamat tanpa melibatkan diri dalam aktivitas mengelola media sosial X PRFMnews.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model analisis data kualitatif yang digagas oleh Creswell (2018), dalam bukunya *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Method*, ia menjelaskan terdapat 5 tahap dalam menganalisis data kualitatif yaitu

1. Menyiapkan dan mengelola data

Data yang sudah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, selanjutnya akan disalin, diklasifikasikan menjadi berbagai jenis berdasarkan sumber informasinya. Data yang perlu disiapkan dalam penelitian ini adalah data-data hasil wawancara bersama informan di PRFM news mengenai bagaimana pengelolaan media sosial X @PRFMnews yang kemudian akan diklasifikasikan berdasarkan sumber informasinya.

2. Membaca kembali keseluruhan data

Langkah berikutnya adalah membaca kembali semua data yang telah diklasifikasikan tersebut, tujuannya untuk memberikan gambaran umum atas

informasi yang didapat untuk selanjutnya memahami data tersebut secara keseluruhan. Umumnya para peneliti kualitatif pada tahap ini akan menulis ataupun merekam apa saja data yang mereka dapat baik itu wawancara, observasi, dan pada akhirnya sebuah sketsa pun akan terbentuk.

Data-data yang telah terkumpul dari hasil wawancara yang direkam maupun ditulis yang didapatkan dari informan di PRFM news dan juga observasi partisipasi pasif kemudian dibaca kembali guna memberikan gambaran umum mengenai bagaimana pengelolaan media sosial X @PRFMnews.

3. Melakukan Pengkodean Data

Pengkodean adalah proses mengkategorisasikan data, baik itu tulisan maupun gambar, kemudian memberikan label kategori tersebut dengan sebuah istilah, dan biasanya didasarkan pada bahasa awam dari peneliti. Proses pengkodean data ini dilakukan dengan mengkategorisasikan data yang didapat dari hasil wawancara mendalam bersama informan PRFM news dan observasi partisipasi pasif yang didapat dari media sosial X @PRFMnews yang didapat dalam bentuk tulisan, gambar yang kemudian diberikan kode dengan suatu istilah tertentu untuk memudahkan data dipilih sesuai dengan kategorinya sehingga menghasilkan suatu tema.

4. Membuat Deskripsi atau Tema

Proses pengkodean menghasilkan sebuah deskripsi dari ranah dan partisipan sesuai dengan kategori atau tema yang dianalisis. Deskripsi

melibatkan proses penggabungan dari berbagai informasi mengenai partisipan, tempat atau peristiwa dalam satu ranah.

Proses ini dilakukan dengan mendeskripsikan tema yang didapat sebelumnya guna mendapatkan penjelasan mengenai bagaimana pengelolaan media sosial X @PRFM yang dilakukan oleh PRFM news.

5. Menyajikan Deskripsi dan Tema

Proses ini melibatkan bagaimana deskripsi yang telah didapat sebelumnya disajikan dalam tahap ini secara urut, terperinci mengenai bagaimana pengelolaan media sosial X PRFM News dalam menyebarkan informasi

