

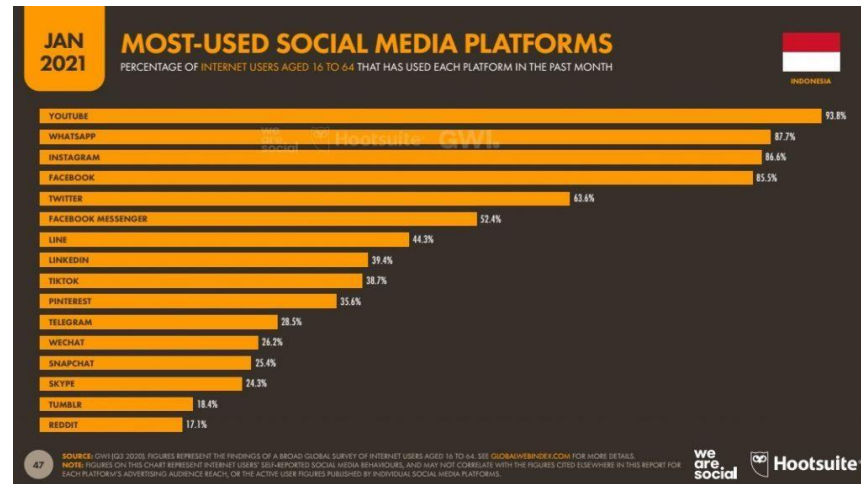
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial mengubah cara berkomunikasi juga mempengaruhi instansi atau lembaga pemerintah dalam melaksanakan fungsinya. Pemerintah dalam melaksanakan fungsi humasnya juga memanfaatkan media sosial. Media sosial adalah media interaktif, hal ini harus dimanfaatkan humas pemerintahan untuk lebih dekat dengan publiknya. Karena, dengan media sosial humas dapat berkomunikasi langsung dan memberikan respon dengan segera

Dalam cermatan penulis, Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup *digandrungi* oleh khalayak masa kini. Di hampir di setiap saat atau setiap tempat Instagram selalu digunakan dalam kegiatan sehari – hari di masa kini. Tak terkecuali bahkan tak memandang usia (tua/muda) dan jenis kelamin (laki-laki/perempuan), hampir semua kalangan menggunakannya sebagai sarana berkomunikasi sekaligus sarana berinteraksi antarwarga, antara warga dengan pemerintah/lembaga, atau sebaliknya, bahkan tak terbatas oleh jarak, ruang dan waktu, kapan dan dimanapun bisa dilakukan secara *realtime*. Hal inilah yang pada akhirnya dapat dilihat, bahwa masyarakat Indonesia menjadi aktif menggunakan media sosial, salah satunya untuk mendapatkan informasi



Gambar 1. 1 Statistik Media Sosial di Indonesia

Pada gambar di atas dapat dilihat Instagram merupakan *platform*, dengan pengguna aktif terbanyak setelah Youtube dan Whatsapp. Instagram menjadi salah satu alternatif bagi tiap orang untuk mencari informasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna Instagram pada setiap tahunnya. Media ini pun merupakan bentuk dari salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi, melalui Instagramlah informasi dapat ditawarkan dengan mengunggah foto atau video singkat juga sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi secara *privacy* dengan menggunakan *direct message*. Pada fitur tersebut, para pengguna dapat berinteraksi secara bebas dan tentunya dapat menjalin komunikasi yang lebih erat dengan sesama pengguna Instagram



Gambar 1. 2 Instagram Dinas Perhubungan Jawa Barat

Salah satu Instansi Pemerintahan yang memilih Instagram sebagai *platform* penyebaran informasi yaitu Dinas Perhubungan Jawa Barat. Official akun Instagram @Dishub Jabar memiliki 27,6rb pengikut dan dikelola langsung oleh Biro Hubungan Masyarakat Dishub Jabar. Pengelolaan media sosial Instagram Dishub Jabar semakin hari terus berkembang, ada berbagai macam *content* yang dipublikasikan pada media sosial Instagram nya diantaranya *videografis* dan *infografis* seperti perkembangan lalu lintas saat ini, Hubungan internal dan eksternal biro humas Dishub Jabar serta konten mengenai berbagai aturan tentang pentingnya keselamatan berkendara.

konten yang paling menarik dari akun @Dishubjabar ini adalah konten mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara karna memiliki ciri khas tertentu yaitu bersifat unik dan original karena konten yang dibuat bukanlah hasil plagiat dari

konten milik orang lain tetapi berdasarkan fakta dan permasalahan yang terjadi di lapangan sehingga konten tersebut bukanlah sebuah tindakan *plagiarism* karena penjiplakan adalah hal yang sangat dilarang, selalu menyantumkan sumber rujukan UUD 1945 dalam setiap unggahannya supaya dapat dipercaya keabsahannya dan dapat memberikan solusi mengenai permasalahan yang terjadi, memberikan efek mencolok melalui gambar, penebalan warna, serta ukuran *font* sehingga mampu menciptakan kesan atau ingatan dari pemirsa juga membuat sisi konten terlihat lebih interaktif, mamakai dominasi *template* berwarna kuning dan biru langit yang mewakili serta melambangkan dinas perhubungan

Dinas Perhubungan Jawa barat sendiri merupakan unsur lembaga pemerintah dibawah naungan Pemerintah Indonesia yang mempunyai tugas untuk mengedukasi masyarakat tentang aturan keselamatan dalam berkendara serta menyelenggarakan urusan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (LLAJ). Lalu lintas dan Angkutan Jalan mempunyai peran dalam mendukung pembangunan dan integrasi nasional sebagai bagian dari upaya memajukan kesejahteraan umum sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945. Oleh karena itu negara mempunyai tanggung jawab atas sistem transportasi nasional dan harus dikembangkan potensi dan perannya untuk mewujudkan keamanan, keselamatan, ketertiban, dan kelancaran berlalu lintas dalam rangka mendukung pembangunan ekonomi dan pengembangan wilayah

Humas Dinas Perhubungan Jawa barat bertugas memberikan informasi kepada khalayak, menampung kritik dan saran dari khalayak dan lain sebagainya untuk

perkembangan DisHub Jabar menjadi lebih baik. Kunci ketertiban dan keselamatan dalam berkendara adalah berkendara dengan disiplin, menghormati pengendara lain, dan beretika saat berkendara. Sampai saat ini masih terdapat pengendara yang kurang memperhatikan kunci keselamatan berkendara. Hal ini dikarenakan masyarakat belum sadar akan pentingnya pengetahuan mengenai keselamatan berkendara. Oleh karena itu, perlu adanya cara yang efektif untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pengetahuan keselamatan berkendara

Peneliti mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi tentang bagaimana perkembangan Instagram @Dishubjabar dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara karna salah satu permasalahan yang selalu dihadapi adalah masalah lalu lintas dan kurangnya kesadaran dalam taat berkendara, hal ini terbukti adanya indikasi angka-angka kecelakaan lalu lintas yang selalu meningkat. Kecelakaan lalu lintas dapat disebabkan oleh banyak hal, yaitu pengendara yang tidak mematuhi rambu – rambu lalu lintas, pejalan kaki yang kurang hati-hati, kerusakan jalan, kerusakan kendaraannya dan juga kurangnya sosialisasi kepada pengguna jalan mengenai peraturan lalu lintas serta kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat dalam berkendara

Dalam Penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengelolaan akun Instagram DisHub Jabar untuk mengetahui bagaimana humasnya dalam mengelola media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi publik mengenai keselamatan dalam berkendara. Peneliti menggunakan teori *4 Steps PR* dari Cutlip Center and broom. Akhir dari penelitian ini akan menghasilkan bagaimana humas

Dishub Jabar dalam mengelola akun Instagram nya sebagai bagian dari salah satu kegiatan *Public Relations*

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan data pra penelitian seperti yang di atas, penelitian ini berfokus kepada “*Strategi Pengelolaan Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik Dinas Perhubungan Jawa Barat*”. Peneliti memiliki beberapa pertanyaan untuk menjelaskan lebih dalam pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana Proses *Fact Finding Public Relations* dalam mengelola *official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara ?
2. Bagaimana Proses *Planning Public Relations* dalam mengelola *official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara?
3. Bagaimana Proses *Action Public Relations* dalam mengelola *official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara?
4. Bagaimana Prose *Evaluation Public Relations* dalam mengelola *official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Proses *Fact Finding Public Relations* dalam mengelola

- official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara
2. Untuk mengetahui Proses *Planning Public Relations* dalam mengelola *official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara
  3. Untuk mengetahui Proses *Action Public Relations* dalam mengelola *official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara
  4. Untuk mengetahui Proses *Evaluation Public Relations* dalam mengelola *official account Instagram* Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan peneliti dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis dengan sebagai berikut :

##### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Kegunaan akademis dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang *Public Relations* terutama dalam penerapan kegiatan *Public Relations* dalam pengelolaan media sosial Instagram. Serta diharapkan mampu menjadi acuan penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi.



### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan Praktis dalam penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman serta pengetahuan lebih bagi praktisi maupun akademisi *public relations* dengan meneliti bagaimana strategi yang harus diterapkan dalam instansi atau lembaga pemerintahan dalam pengelolaan media sosial Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan *feed back* bagi Dinas Perhubungan Jawa Barat serta bahan evaluasi dan masukan yang nantinya digunakan untuk perbaikan dan peningkatan dalam membentuk citra positif lembaga melalui media sosial Instagram. Selain itu juga sebagai bahan masukan bagi mahasiswa lainnya dalam melihat fakta-fakta yang terjadi di lapangan.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

Peneliti melampirkan hasil penelitian terdahulu dibawah ini dengan menggunakan tabel yang berisi 3 jurnal penelitian dan 2 skripsi. Hasil penelitian terdahulu ini dilampirkan guna sebagai pembeda pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Jhatysunda, Niswati Rahmatulloh (2020) yang berjudul “Pengelolaan media sosial Instagram @pajakcicadas sebagai upaya meningkatkan citra lembaga: Penelitian di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cicadas” yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini berbentuk skripsi dan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan Kantor Pelayanan Pajak pratama dalam



Proses membagikan suatu informasi menggunakan tiga unsur. Unsur tersebut meliputi partisipasi dalam penggunaan media sosial, saling terhubung dengan publik dan membangun kepercayaan publik melalui media sosial. Serta untuk pengoptimalan pesan meliputi unsur pengecekan kunjungan, menentukan waktu dalam *uploading* konten, mengoptimalkan konten melalui *instastory* dan mengadakan *Q&A*. Persamaan penelitian ini yakni sama – sama membahas pengelolaan media sosial, namun perbedaan penelitian ini terletak dari penggunaan teorinya. Teori yang digunakan dalam penelitian yakni *Circular Model of Some for Social Communication*, model komunikasi ini memuat empat komponen dalam media sosial, yaitu *Share* (membagikan), *Optimize* (mengoptimalkan), *Manage* (mengelola), dan *Engage* (mengikutsertakan), sedangkan penulis menggunakan Teori *4 Steps PR*. Persamaannya Yaitu menggunakan *platform* media sosial yang sama yaitu Instagram

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Sakinah, Meitsara (2018) yang berjudul “Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan citra: studi kasus pada *website tribatanews.jabar.polri.go.id*” yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Perbedaan penelitin ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif serta *platform* media sosial yang berbeda yaitu Instagram sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus *creswel*. Adapun persamaannya yakni dalam penggunaan teori yakni sama – sama menggunakan teori *four step public relations*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Pengelolaan *website tribatanews.jabar.polri.go.id* menggunakan empat tahapan proses kerja *Public*

*Relations (The Four Step Public Relations)* yaitu meliputi: 1) Pendefinisian Masalah (*Defining Public Relations Problem*) yaitu Koordinasi Penentuan Masalah, Penghimpunan Data, Pemilihan Berita dan Analisis Penentuan Masalah 2) Perencanaan dan Program (*Planning and Programming*) yaitu Perencanaan target sasaran berita, pembuatan judul pemberitaan, koordinasi dalam perencanaan dan Konfirmasi pimpinan, 3) Pelaksanaan dan Pengkomunikasian (*Taking Actions and Communicating*) Pengelolaan berita, membuat berita, *Upload* ke *website* dan Link ke Media Sosial, 4) Evaluasi Mingguan (Banyaknya jumlah Release), Evaluasi Bulanan (Analisis Evaluasi Kasubid Humas) dan yang terakhir Evaluasi per-tiga bulan (Analisis Evaluasi Kapolda).

Ketiga, penelitian Wahyu kurniawan diterbitkan oleh, Universitas mulawarman tahun 2012 yang berjudul “Efektivitas Spanduk Tertib Lalu Lintas dalam Meningkatkan Pengetahuan Tentang Keselamatan Berkendara Pada Masyarakat Kecamatan Sambutan Kota Samarinda”. Penelitian ini berbentuk jurnal. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan fokus penelitian yang mengacu pada karakteristik dari spanduk yakni, ukuran dan dominasi, warna, pesan-pesan singkat, zoning, efek mencolok. Perbedaan penelitian ini terletak dari objek kajian, di mana dalam penelitian yang akan dilakukan akan membahas bagaimana pengelolaan media sosial melalui Instagram bukan spanduk. Adapun persamaannya yakni sama- sama menggunakan teori *four step public relations*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara secara mendalam (*in depth interview*), observasi, dan dokumentasi hasil penelitian dapat diketahui bahwa Efektivitas Spanduk

Tertib Lalu Lintas dalam Meningkatkan Pengetahuan Tentang Keselamatan Berkendara Pada Masyarakat melalui ukuran dan dominasi pada spanduk tertib lalu lintas terlihat efektif menginformasikan masyarakat tentang keselamatan berkendara. Melalui warna, pada spanduk tertib lalu lintas tidak efektif untuk meningkatkan pengetahuan tentang keselamatan berkendara pada masyarakat.

Keempat, Penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Tahun 2010. Penelitian ini berjudul *Peran Cyber Public Relations* Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara *Online* (Studi Deskriptif tentang penerapan Peran *Cyber Public Relations* dalam mengelola *Website humas.polri.go.id* sebagai implementasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik). Persamaan penelitian ini sama – sama menggunakan teori *four step public relations*. Adapun perbedaannya terletak dari objek kajian, di mana dalam penelitian ini membahas tentang pengelolaan *website*, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan lebih mengarah kepada pengelolaan media sosial Instagram. Penelitian ini berbentuk jurnal serta hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran Divisi Humas Polri dalam menjalankan aktivitas *Cyber Public Relations* lebih dominan pada peran Divisi *Technicion Communication* dan *Facilitator Communication*. Namun, peran *Expert Preciber Communication Problem and Solving Process Facilitator* tetap ada, walaupun tidak begitu dominan. Penerapan konsep *Cyber Public Relations* merupakan bentuk komitmen Polri dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, sekaligus dukungan terhadap pelaksanaan UU Keterbukaan Informasi Publik. Kualitas layanan Humas Polri melalui media *Website*

*humas.polri.go.id* ini masih perlu ditingkatkan, mengingat masih ada hal-hal yang harus diperbaiki seperti, meningkatkan kualitas SDM Pengelola Website, mempercantik tampilan 14 *Website*, melengkapi menu-menu dalam website sampai memperbaiki *protections system*. Perbedaan dengan penulis yaitu penelitian ini menggunakan *platform* media *Website*, sedangkan penulis menggunakan *platform* media Instagram

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Sifa Fauziah, (2019), yang berjudul Pengelolaan *Website* Sebagai Media Penyampaian Informasi Publik oleh Humas Badan Kepegawaian Negara. Yang diterbitkan oleh Universitas Negeri Jakarta. Persamaan penelitian ini sama – sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta tehnik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara. Penelitian ini berbentuk jurnal dan menyimpulkan bahwa Humas BKN dalam pengelolaan media *website* dapat diatakan baik karena berita yang ada di *website* selalu yang terbaru. Hanya saja ada beberapa yang perlu diperbaiki seperti *contact person* humas agar bisa lebih mudah untuk dihubungi. Perbedaan dengan penulis yaitu perbedaan penelitian ini terletak pada penggunaan teori. Penelitian ini menggunakan teori Model Miles dan Huberman serta menggunakan *platform* media *website* sedangkan penulis menggunakan teori 4 *Steps PR* serta menggunakan *platform* Instagram

### **1.5.2 Landasan Teoritis**

Landasan teoritis merupakan acuan penelitian guna memperkuat penelitian sebagai *human instrument* sehingga peneliti mempunyai potensi atau *skill* dalam menggali atau mengetahui lebih lengkap penelitiannya. Teori untuk menjelaskan bagaimana pengelolaan konten Instagram dalam pelayanan informasi publik, maka

penelitian ini akan menggunakan konsep sebagai berikut :

Konsep dalam penelitian dimaksudkan untuk memberikan referensi penelitian yang relevan dengan fokus kajian penelitian mengenai pengelolaan media sosial dalam meningkatkan citra. Cutlip and Center dalam (Ruslan, 2010: 150) menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja melalui “Proses Empat Tahapan atau Langkah-Langkah Pokok” yaitu sebagai berikut:

- 1) Pencarian Fakta / Permasalahan (*Fact Finding*)
- 2) Perencanaan dan Program (*Planning dan Programing*)
- 3) Komunikasi dan aksi (*Communicatin and action*)
- 4) Evaluasi (*Evaluation*)

#### **1. *Fact Finding* (Pencarian Data)**

Pertama, pencarian data atau *Fact Finding*. *Fact Finding* merupakan pencarian fakta atau dapat di katakana langkah awal, *fact finding* bertujuan untuk pengumpulan data yang berkaitan dengan fakta atau fenomena yang terjadi di lapangan. Tahap ini merupakan tahap pencarian data dan langkah awal mengenai apa yang menjadi masalah yang terjadi di publik yang berkaitan dengan sebuah perusahaan. Fokus dalam bagian ini adalah untuk mengetahui situasi yang dialami masyarakat (opini publik) terhadap suatu langkah yang akan di ambil oleh perusahaan atau organisasi.

#### **2. *Planning* (Perencanaan)**

Kedua, Perencanaan dan pemograman merupakan Perencanaan atau *planning* merupakan perincian secara teratur dan beraturan tentang langkah – langkah yang akan di laksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada sebuah kegiatan mengelola suatu

program tentu setelah sebelumnya menghimpun data dan fakta di lapangan mengenai kondisi objek selanjutnya yang perlu untuk dilakukan adalah membuat suatu perencanaan, yang di dalamnya memuat tujuan atau *goals* dari program yang akan di buat. Perencanaan dan program ini di lakukan harus secara tepat agar apa yang menjadi masalah dapat terselesaikan. Humas dalam hal ini mulai memilih media yang akan digunakan untuk mengkomunikasikan program yang di rencanakan, penggunaan media yang tepat akan memudahkan perusahaan untuk melaksanakan pemrograman.

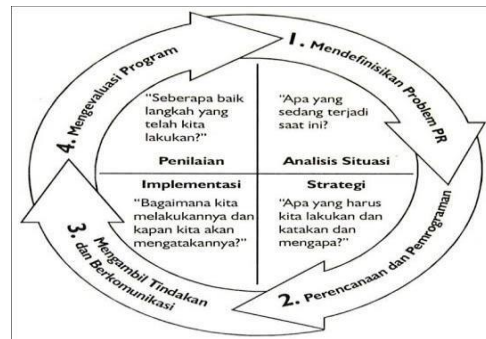
### **3. *Taking Action* (Aksi)**

Ketiga, *Taking Actions and Communicating* atau aksi dan komunikasi. Pada tahap ini yaitu aksi atau dapat di katakan tahap pelaksanaan program kegiatan *Public Relations* sesuai dengan fakta dan data yang ada. Dalam perencanaan, aksi dan komunikasi ini merupakan tahap dimana kita melakukan apa yang telah kita rencanakan sebelumnya. Tahap pelaksanaan komunikasi dilakukan sesuai dengan pemilihan media yang di gunakan, karena pada akhirnya nanti komunikasi yang baik akan menimbulkan efek yang baik pula dan sebaliknya.

### **4. *Evaluation* (Evaluasi)**

Keempat, *evaluation* atau evaluasi merupakan tahap evaluasi merupakan tahap terakhir dalam proses suatu program yaitu meninjau kembali persiapan perencanaan, penerapan dan hasil dari pemograman. Humas dalam hal ini melakukan analisis terhadap apa yang telah dilakukan apakah sudah benar atau belum. Apakah sudah maksimal atau belum. Hasil evaluasi memberikan gambaran secara keseluruhan apakah berjalan sesuai rencana atau tidak atas apa yang sudah di rencanakan.

Berikut penulis sajikan gambar skema alur analisis data yang ada dalam penelitian ini :



Gambar 1.3 Konsep Four Step PR

### 1.5.3 Kerangka Konseptual

#### 1. Humas Pemerintah

Keberadaan Humas dalam lembaga atau instansi pemerintahan merupakan keharusan, baik secara fungsional maupun operasional. Humas harus mampu bertindak sebagai *public information*, *public affari*, dan *public communication* dalam upaya penyebarluasan ataupun mempublikasikan kegiatan dan program kerja pada instansi yang bersangkutan, baik kepada publik internal maupun publik eksternal (masyarakat) pada umumnya

Perbedaan utama antara fungsi dan tugas humas yang terdapat di Instansi Dinas Pemerintah dan Non Pemerintah (perusahaan komersial swasta) yaitu tidak ada sesuatu yang diperjual belikan, baik berbentuk produk barang maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada pihak yang membutuhkan secara komersial. Walaupun ada pihak humas pemerintah yang melakukan hal yang sama dengan perusahaan komersial seperti seperti kampanye publikasi, promosi pemasaran, dan periklanan, namun hal itu



lebih menekankan pada bentuk *public service* atau *public utilities* demi kepentingan pelayanan umum

Menurut dimonick dan Koenig, pada umumnya tugas dan kewajiban humas pemerintahan adalah:

- a. Memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan, serta tujuan yang akan dicapai oleh pihak pemerintah dalam melaksanakan program kerja pembangunan tersebut.
- b. Menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya untuk melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang.
- c. Keterbukaan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan serta pengabdian dari aparatur pemerintah bersangkutan perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya *masing – masing* serta konsisten dan profesional.

## 2. *New Media*

*New media* terdiri dari dua kata yaitu *new* dan *media*. *New* berarti baru, dan *media* berarti perantara. Jadi, *new media* merupakan sarana perantara baru yang dilihat dari segi manfaat, waktu, produk, dan juga distribusinya. Hingga saat ini, masih belum ada kerangka teori yang mempelajari secara khusus dan jelas apakah itu *new media*. *New media* disebut sebagai sebuah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad 20. Beberapa contoh dari *new media* adalah internet, *website*, komputer multimedia,

permainan komputer, blog, *social media*, dan aplikasi – aplikasi lainnya yang diakses melalui internet

Menurut Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin dalam buku Dasar – Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi (2015), media baru membuat pencarian informasi lebih mudah dan cepat. Manfaat ini memudahkan manusia untuk mencari serta mendapatkan apa yang dibutuhkan, termasuk informasi. *new media* berhasil menggeser kehebatan media – media massa konvensional yang selama ini menjadi media penyampaian pesan.

*New Media* muncul sebagai hasil dari inovasi teknologi yang seringkali disebutkan dengan cara memisahkan diri dari media massa yang lama. Keberadaan *new media* didasari oleh pemikiran *modernis* pada perkembangan sosial yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang merubah kearah perkembangan sosial *modern*.

Menurut Atmoko (2012:8), menyatakan bahwa nama Instagram merupakan kependekan dari kata “*instan-telegram*”. Jadi bila dilihat dari perpaduan dua kata “*insta*” dan “*gram*”, Instagram berarti kemudahan dalam mengambil serta melihat foto yang kemudian dapat dikirimkan atau dibagikan kepada orang lain. Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup *digandrungi* oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna Instagram pada setiap tahunnya. Media ini pun merupakan bentuk dari salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi, melalui instagramlah informasi dapat ditawarkan dengan mengunggah foto atau vidio singkat, sehingga masyarakat tau informasi yang

disampaikan.

## **1.6 Langkah-langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian di Dinas Perhubungan Jawa Barat yang berada di Jl. Sukabumi No.1, Kacapiring, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat. Alasan peneliti memilih Dinas Perhubungan Jawa Barat sebagai tempat penelitian yaitu, peneliti ingin mengetahui cara pengelolaan media sosial Instagram dan kegiatan apa saja yang dilakukan Humas Dinas Perhubungan Jawa Barat dalam penyebaran informasi maupun menjalin hubungan baik dengan publiknya. Berdasarkan pemaparan di atas, maka Dinas Perhubungan Jawa Barat merupakan tempat yang tepat untuk penulis melakukan penelitian di instansi tersebut sebagai media untuk mempraktikkan materi perkuliahan dan referensi mendapatkan ilmu serta pengalaman baru dilapangan.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma adalah suatu pendekatan untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi penganut dan praktiknya. Paradigma menunjukkan kepada penganutnya apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa memerlukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Hidayat N, 2003)

Paradigma yang digunakan oleh peneliti yakni paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang melihat kebenaran dari suatu fenomena sosial yang ada lalu dijadikan konstruksi sosial. Paradigma konstruktivisme

menjelaskan mengenai perilaku masyarakat terbentuk berdasarkan pengaruh lingkungan dari tanggapan diri sendiri. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yakni paradigma konstruktivisme, Paradigma mengamati realitas sosial yang ada dan menggunakannya sebagai data penelitian. Arifin (2012:140) menjelaskan dalam memperoleh pengetahuan tidak hanya didapatkan dari pengalaman terhadap fakta, tetapi bisa juga didapatkan dari suatu pemikiran mengenai subjek yang diteliti. Maka dari itu paradigma ini membantu peneliti untuk mengelola informasi media sosial Instagram secara langsung berasal dari fakta yang terjadi di masyarakat

Flick dalam Gunawan (2013: 81) menjelaskan bahwa metode kualitatif digunakan untuk memahami serta melihat bagaimana subjek dan objek pada penelitian mencakup orang maupun lembaga sesuai fakta. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan oleh peneliti karena untuk memaparkan permasalahan yang akan diteliti, melalui pendekatan ini di dalamnya menggambarkan permasalahan yang rinci yang didasari oleh realitas, diharapkan peneliti dapat menjelaskan secara kompleks mengenai objek yang diteliti.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Metode deskriptif kualitatif menurut Satori (2011:23) merupakan metode yang digunakan untuk mengeksplor data yang tidak dapat dikuantifikasikan seperti pengertian dari suatu konsep yang beragam, proses atau langkah kerja, dan lain sebagainya

Penggunaan metode deskriptif kualitatif sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini memiliki alasan karena peneliti ingin mencoba mencari tahu lebih dalam tentang permasalahan yang diteliti dengan cara memahami fakta-fakta yang diperoleh selama penelitian.

#### **1.6.4 Jenis data dan Sumber data**

##### **1. Jenis Data**

Penelitian ini, peneliti menggunakan data kualitatif (tidak dapat diukur dengan angka). Data ini dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi. Data yang diteliti pada penelitian ini diantaranya :

- a. Data mengenai *fact finding* humas Dishub Jabar dalam mengelola media Instagram sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara
- b. Data mengenai *planning* humas Dishub Jabar dalam mengelola media Instagram sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara
- c. Data mengenai *action* humas Dishub Jabar dalam mengelola media Instagram sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara
- d. Data mengenai *evaluation* humas Dishub Jabar dalam mengelola media Instagram sebagai media penyebaran informasi mengenai pentingnya keselamatan dalam berkendara

## 2. Sumber Data

Penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder yang digunakan data primer dan sekunder. Data primer ialah sumber data yang diperoleh secara langsung kepada pengumpul data dari pemberi data dengan melalui berbagai cara yaitu tertulis, foto atau video perekam. Menurut Moleong (2017: 157) Sumber data yang utama diambil melalui wawancara atau observasi dengan mendengar dan melihat.

Data sekunder ialah data kedua yang didapat setelah data primer. Menurut Bungin (2013:129) Data sekunder didapat melalui skripsi, tesis, buku, jurnal, internet atau arsip penting yang masih berhubungan terhadap penelitian. Data sekunder juga memiliki peran penting dalam penelitian, data sekunder berfungsi menjadi gambaran bagi peneliti jika data primer didapat tidak akurat.

### 1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini, peneliti tentukan beberapa orang dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya orang yang di jadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan yang di harapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti dalam mencari informasi untuk peneliti, Narasumber yang dijadikan objek peneliti merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya. Subjek penelitian yang di jadikan sebagai informan adalah :

1. Informan merupakan bagian humas di Dinas Perhubungan Jawa Barat. Kriteria yang ditentukan memiliki alasan karena informan merupakan individu yang memiliki keterkaitan dengan kegiatan *public relations*
2. Informan merupakan pengelola bagian media sosial di Dinas Perhubungan Jawa Barat
3. Informan merupakan pembuat konten media sosial Dinas Perhubungan Jawa Barat

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Informan**

##### **1. Wawancara Mendalam**

Pada teknik pengumpulan data, wawancara merupakan salah satu teknik metode kualitatif. Wawancara berfungsi untuk melakukan pengecekan ulang atau konfirmasi pada suatu informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Menurut Sugiyono (2012:138) tujuan dari wawancara mendalam guna mendapatkan data yang pasti dan terperinci. Teknik yang dilakukan peneliti dalam wawancara ialah tetap dengan wawancara semi terstruktur, dimana wawancara tetap dilakukan dalam pedoman yang telah dibuat tetapi sifatnya lebih *fleksibel*, informan dalam wawancara semi terstruktur ini dapat lebih terbuka dan bisa mengeluarkan pendapatnya. Alasan yang mendasari penggunaan teknik wawancara mendalam kepada humas Dinas Perhubungan Jawa Barat, yaitu supaya dapat menggali informasi yang lengkap dan mendalam mengenai sikap, pengetahuan, serta menjadi lebih terbukanya pandangan peneliti mengenai masalah yang terjadi



## **2. Observasi**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipasi pasif yaitu dengan hanya mengamati pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat. Menurut (Mamik, 2015), observasi dengan teknik partisipasi pasif yaitu ketika peneliti tidak terlibat dalam kegiatan yang dilakukan objek peneliti serta tidak terjadi interaksi dengan objek penelitian yang diamati

Alasan peneliti menggunakan teknik ini, karna disebabkan oleh fokus dan pertanyaan penelitian tidak dikerjakan langsung oleh peneliti. Peneliti hanya melakukan pengamatan dan penganalisaan terhadap aktivitas yang dilakukan oleh staf bagian Dinas Perhubungan Jawa Barat. Atas dasar inilah yang membuat peneliti memilih menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipatori pasif. Teknik ini diharapkan dapat melihat secara menyeluruh dan lebih dekat terkait dengan aktivitas pengelolaan akun media sosial Instagram yang menjadi sumber data di lapangan. Pemilihan teknik ini diikuti juga dengan sifat kooperatif peneliti agar informan dapat menjaga rahasia perusahaan dan tidak merasa terganggu dengan adanya proses penelitian yang dilakukan

## **3. Studi Dokumentasi**

Studi Dokumentasi menjadi teknik pengumpulan data terakhir yang dipilih oleh peneliti. Sugiyono (2015: 329) mengatakan bahwa dokumentasi merupakan sebuah cara yang digunakan guna mendapatkan data serta informasi berbentuk tulisan, dokumen atau arsip, buku, angka juga gambar yang berupa laporan serta keterangan

pendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk dikumpulkan dan ditelaah. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi konten Instagram dan profil perusahaan. Dokumentasi dipilih peneliti agar penelaahan data dapat dilakukan berulang kali demi mendapatkan data yang valid

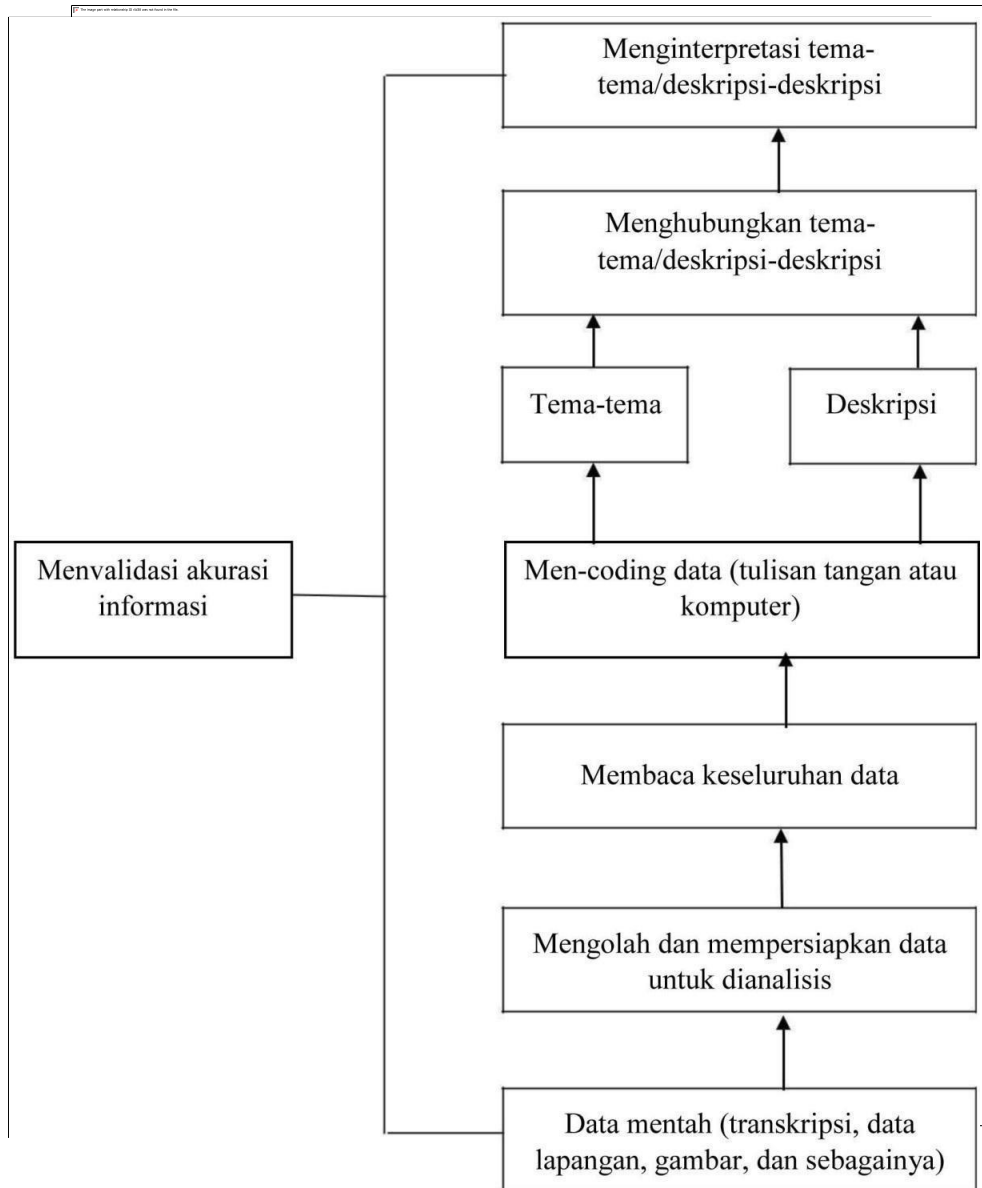
### 1.6.7 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data Creswell (2013: 276-284) menjabarkan lebih detail dalam langkah – langkah analisis data berikut ini:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, men-*scanning* materi, mengetik data lapangan, atau memilah – milah dan menyusun data tersebut ke dalam jenis – jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
2. Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan
3. Menganalisis lebih detail dengan meng-*coding* data. *Coding* merupakan proses mengolah materi atau informasi menjadi *segmen – segmen* tulisan sebelum memaknainya (Rosman dan Rallis, dalam Creswell, 2013: 276). Dalam proses *coding* ini, penulis mengkombinasikan kode – kode yang telah ditentukan sebelumnya (*predetermined code*) dan membuat kode – kode berdasarkan informasi yang muncul dengan sendirinya (*emerging code*) (Creswell, 2013). Sehingga, proses *coding* dalam penelitian ini adalah dengan men-*fit*-kan kode – kode yang muncul selama proses analisis data dengan data penelitian

4. Menerapkan proses koding untuk mendeskripsikan *setting*, orang-orang, kategori – kategori, dan tema-tema yang akan dianalisis. Pada langkah ini, penulis membuat kode – kode untuk mendeskripsikan semua informasi, lalu menganalisisnya. Tema-tema inilah yang kemudian dijadikan judul dalam bagian hasil penelitian
5. Menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema – tema ini akan disajikan kembali dalam narasi atau laporan kualitatif. Pendekatan naratif ini bisa meliputi pembahasan tentang kronologis peristiwa, tema-tema tertentu, atau tentang keterhubungan antar tema
6. Langkah terakhir adalah dengan menginterpretasi atau memaknai data. Langkah ini akan membantu penulis dalam mengungkap esensi dari suatu gagasan (Lincoln dan Guba dalam Creswell, 2013). Interpretasi juga bisa berupa makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur atau teori

Berikut penulis sajikan gambar skema alur analisis data yang ada dalam penelitian ini :



Bagan 1.1 Skema Alur Analisis