

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Bandung merupakan lembaga legislatif yang memiliki fungsi utama dalam legislasi, penganggaran, dan pengawasan di tingkat pemerintahan kota. DPRD Kota Bandung sebagai representasi masyarakat bertanggungjawab dalam menyalurkan aspirasi publik, merumuskan kebijakan, serta melakukan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan daerah. DPRD Kota Bandung aktif melakukan aktivitas *media relations* dalam kegiatan publikasinya. Aktivitas *media relations* ini menjadi salah satu upaya mempertahankan pemberitaan positif lembaga, serta memperkuat kepercayaan dan partisipasi masyarakat terhadap kinerja DPRD Kota Bandung.

DPRD Kota Bandung menjembatani hubungan dengan media melalui kegiatan *media relations* yang berfokus pada komunikasi terbuka, penyediaan informasi yang relevan, dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. DPRD Kota Bandung secara rutin mengadakan konferensi pers untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan, program kerja, dan kegiatan legislatif. Mereka juga mendistribusikan siaran pers secara proaktif serta menyediakan akses mudah bagi wartawan untuk memperoleh data melalui Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum dan platform digital lainnya. Selain itu, mereka menjaga hubungan interpersonal dengan wartawan melalui dialog informal dan pelibatan dalam kegiatan-kegiatan resmi DPRD. Strategi ini bertujuan untuk memastikan akurasi pemberitaan sekaligus menjaga citra positif lembaga di mata publik.

Media relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi hubungan masyarakat untuk menjalin, merawat, dan mengelola hubungan yang harmonis antara organisasi atau lembaga dengan media massa. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang penting dan akurat dapat tersampaikan kepada publik melalui media, sekaligus membangun citra positif dan menjaga reputasi organisasi di mata khalayak.

Pemerintahan modern ditandai oleh dinamika yang terus berkembang, *media relations* memiliki fungsi strategis dalam instansi pemerintahan sebagai instrumen utama untuk menyampaikan informasi secara akurat dan transparan kepada publik melalui media massa. Hubungan yang efektif dengan media membantu pemerintah dalam membangun persepsi positif, memperkuat asas kebijakan, serta mengurangi resiko penyebaran informasi yang salah.

Kegiatan-kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh DPRD Kota Bandung yaitu seperti konferensi pers, rilis berita, media dan pengelolaan media sosial. Kegiatan tersebut memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya tepat sasaran, tetapi juga diterima dengan baik oleh publik. Keterbukaan informasi dan hubungan baik dengan media massa merupakan kunci utama dalam upaya ini, dimana *public relations* berfungsi strategis dalam pelaksanaan *media relations* dengan bertindak sebagai penghubung antara organisasi dan media massa. *Public relations* memiliki tugas untuk menjalin, mempertahankan, dan mengelola hubungan yang baik dengan jurnalis serta media massa. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan dapat dipercaya, sehingga kepercayaan publik terhadap DPRD Kota Bandung tetap terpelihara.

Berdasarkan data yang dilansir dari *website* resmi <https://dprd.bandung.go.id/> pada Kamis, 26 September 2024 di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat. Fungsinya pun semakin beragam, tidak hanya sebagai alat untuk bersosialisasi, tetapi juga sebagai platform utama bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, kritik, dan saran kepada para pemangku kebijakan. Hal ini terlihat dari banyaknya warga Kota Bandung yang menggunakan akun media sosial pribadi Wali Kota dan Wakil Wali Kota Bandung sebagai saluran untuk menyampaikan aspirasi mereka. Melihat fenomena ini, peran hubungan masyarakat menjadi semakin krusial, terutama dalam menghadapi dan meluruskan informasi hoaks yang berkembang di tengah masyarakat. Salah satu upayanya adalah dengan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai keabsahan informasi yang beredar, disertai penyajian bukti dan data yang berasal dari sumber terpercaya, sehingga masyarakat dapat memahami dan menerima informasi yang benar secara objektif.

Fenomena diatas menunjukkan bahwa fungsi *media relations* juga menjadi semakin krusial. Dinamika ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih aktif dan terbuka dalam menyuarakan pendapat mereka melalui platform digital. Menanggapi hal tersebut, Ketua DPRD Kota Bandung menekankan perlunya kolaborasi yang erat antara media massa dengan DPRD Kota Bandung, terutama dalam mengawasi setiap perkembangan yang terjadi. Salah satunya dengan *Pewarta Balai Kota Bandung (PBB)*. Tujuannya sebagai upaya menyebarkan pemberitaan positif yang dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam

pemerintahan, selain itu juga bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai kebijakan dan program yang diimplementasikan, serta mengangkat aspirasi warga agar dapat didengar dengan lebih luas.

Berdasarkan data hasil wawancara dengan divisi kehumasan, aktivitas *media relations* di DPRD Kota Bandung tidak hanya terbatas pada kolaborasi dengan Pewarta Balai Kota Bandung saja, tetapi juga mencakup berbagai inisiatif yang dirancang untuk mempertahankan pemberitaan positif mengenai lembaga tersebut. Proses kerjasama antara Sekretariat DPRD Kota Bandung dengan media massa dilakukan dalam bentuk pengadaan workshop yang bekerja sama dengan kampus-kampus lokal. Para mahasiswa dan jurnalis muda diajak untuk memahami lebih dalam tentang fungsi dan tugas DPRD, serta bagaimana cara meliput kegiatan legislatif secara objektif.

DPRD Kota Bandung juga rutin mengadakan media gathering bersama pimpinan DPRD. Para awak media diberikan kesempatan untuk berdialog langsung dengan pimpinan dan anggota DPRD, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan informasi terkini tentang kebijakan dan program yang sedang dijalankan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat antara DPRD dan media, yang diharapkan dapat menghasilkan pemberitaan yang lebih akurat dan positif.

Berdasarkan data yang dilansir dari Instagram <https://dprd.bandung.go.id/> pada Senin, 28 Oktober 2024 DPRD Kota Bandung memiliki hubungan yang erat dengan PRFM News, terutama dalam konteks kerjasama media. PRFM News memberikan penghargaan kepada DPRD Kota Bandung sebagai mitra kerja terbaik

dalam acara peringatan ulang tahun mereka yang ke-12. Penghargaan ini mencerminkan kolaborasi yang positif antara kedua institusi dalam menyampaikan informasi dan program-program yang berkaitan dengan masyarakat Bandung. Kerjasama ini juga terlihat dalam berbagai kegiatan yang disiarkan oleh PRFM, termasuk diskusi dan program yang melibatkan anggota DPRD dan pemerintah kota, yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi publik dan transparansi dalam pemerintahan.

DPRD Kota Bandung berkomitmen untuk mempertahankan pemberitaan positif melalui berbagai aktivitas *media relations* yang strategis dengan cara bekerjasama dengan Pewarta Balai Kota Bandung, mengadakan workshop dan media gathering dengan pimpinan DPRD serta bekerja sama dengan PRFMNews, lembaga ini berharap dapat membangun hubungan erat dengan media dan memperkuat transparansi informasi. DPRD ingin memastikan melalui dialog terbuka dan edukasi yang diberikan bahwa informasi mengenai kebijakan dan program mereka disampaikan secara akurat.

Peneliti tertarik untuk meneliti fenomena diatas mengingat fungsi media yang krusial dalam membentuk opini publik, pemberitaan positif serta membangun citra lembaga, oleh karena itu penerapan kegiatan *Media Relations* menjadi solusi dalam meningkatkan arus informasi di era digital, penting untuk memahami bagaimana DPRD mengelola komunikasi dan menjalin hubungan dengan media untuk menyampaikan informasi yang akurat dan konstruktif. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan ini bertujuan untuk menemukan solusi yang

bersifat umum, di mana hasil penelitian nantinya akan dirumuskan menjadi sebuah kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif, karena metode ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap fenomena secara alami yang kemudian dijelaskan melalui narasi kata-kata. Penelitian ini didasarkan pada konsep Manajemen *Media Relations* menurut Iriantara (2008:45). Tujuan akhirnya adalah untuk memahami bagaimana aktivitas Manajemen *Media Relations* berperan dalam mempertahankan pemberitaan positif tentang lembaga DPRD Kota Bandung.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, bahwa fokus penelitian yang ditetapkan pada “ Aktivitas *Media Relations* sebagai upaya Mempertahankan Pemberitaan Positif lembaga DPRD Kota Bandung” untuk mendapatkan fokus penelitian secara mendalam, maka diperlukannya pertanyaan penelitian diantaranya:

- 1) Bagaimana perencanaan aktivitas *media relations* sebagai upaya pemberitaan positif lembaga DPRD Kota Bandung?
- 2) Bagaimana implementasi aktivitas *media relations* sebagai upaya pemberitaan positif lembaga DPRD Kota Bandung?
- 3) Bagaimana evaluasi aktivitas *media relations* sebagai upaya pemberitaan positif lembaga DPRD Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, peneliti memiliki tujuan untuk

penelitian ini, diantaranya:

- 1) Untuk mengetahui perencanaan aktivitas *media relations* sebagai upaya pemberitaan positif lembaga DPRD Kota Bandung.
- 2) Untuk mengetahui implementasi aktivitas *media relations* sebagai upaya pemberitaan positif lembaga DPRD Kota Bandung
- 3) Untuk mengetahui evaluasi aktivitas *media relations* sebagai upaya pemberitaan positif lembaga DPRD Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan baru tentang *Media Relations* bagi akademisi dan mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang *media relations* para pembaca, selanjutnya penelitian ini juga bertujuan untuk mengimplementasikan aktivitas *media relations* dengan menggunakan konsep manajemen *media relations* sebagai bentuk pendekatan terpadu dalam mengelola komunikasi dengan media secara efektif dan konsisten. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi lembaga dan praktisi di bidang *public relations*, dengan mengetahui pemberitaan di media terkait lembaga tentunya dapat lebih efektif dalam menjangkau dan berkomunikasi dengan para audiens.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini mampu memberikan gambaran kepada praktisi untuk terjun langsung ke lapangan dalam mengetahui proses *media relations*, seperti perencanaan, implementasi dan evaluasi yang berjalan di DPRD Kota Bandung,

sebagai lembaga terkait dalam menjadikan data yang peneliti peroleh. Penelitian ini mampu memberikan pandangan dan tinjauan bagi lembaga dalam melakukan aktivitas *media relations*.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan serangkaian teori, konsep, atau model yang disusun secara sistematis untuk menjadi dasar yang kuat dalam melaksanakan sebuah penelitian. Sugiyono (2013:81) menjelaskan bahwa landasan teori terdiri atas definisi, proposisi, dan konsep yang dirangkai secara sistematis sehingga mampu menjelaskan fenomena yang diteliti. Penggunaan konsep atau teori yang relevan dalam penelitian sangat penting, karena hal ini memberikan kerangka kerja yang terorganisir sebagai pijakan dalam pelaksanaan penelitian.

Berdasarkan uraian diatas, Penelitian ini fokus pada aktivitas *Media Relations* di DPRD Kota Bandung, mengacu pada konsep Manajemen *Media Relations* yang dikembangkan oleh Iriantara (2008: 45), yang terdiri dari tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

Konsep Manajemen *Media Relations* ini membantu peneliti menganalisis bagaimana instansi mempertahankan pemberitaan positif melalui kerjasama dengan media. Konsep manajemen *media relations* sangat penting bagi instansi pemerintah daerah karena membantu menjaga hubungan yang baik antara pemerintah dan media, yang berfungsi penting dalam mempertahankan pemberitaan positif. Tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, instansi dapat mengelola penyebaran informasi secara efektif, memastikan kebijakan dan program yang

dilaksanakan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Adapun tahapan-tahapan manajemen *media relations* sebagai berikut:

1) Tahap perencanaan

Tahap perencanaan lembaga mulai menetapkan tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan *media relations*. Tahap ini mencakup beberapa langkah penting, seperti analisis lingkungan internal organisasi, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses , Opportunities , dan Threats) dan perancangan rencana kegiatan yang terstruktur.

Perencanaan *media relations* dimulai dengan tahap riset awal, mencakup analisis terhadap kondisi internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerjanya. Staf *public relations* melakukan analisis situasi untuk mengidentifikasi peluang dan masalah yang dihadapi organisasi, untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas tentang lembaga. Proses ini sangat penting untuk menilai seberapa efektif organisasi berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat, serta mengidentifikasi masalah yang perlu segera ditangani. Langkah selanjutnya, menetapkan kelompok publik yang menjadi sasaran utama dalam program atau kegiatan *media relations*. Pemilihan publik sasaran ini sangat penting karena menentukan siapa yang akan menerima pesan, serta bagaimana pesan tersebut disampaikan agar efektif dan mencapai hasil yang diinginkan.

Langkah berikutnya adalah menetapkan tujuan yang jelas atau yang lebih dikenal dalam dunia manajemen sebagai objektif. Setelah tujuan ditetapkan, langkah selanjutnya adalah menyusun program *media relations* yang akan dijalankan. Program ini mencakup perencanaan tema dan pesan utama yang ingin

disampaikan kepada publik.

2) Tahap Implementasi

Tahap implementasi menjadi tahap eksekusi dari proses *media relations* yang sudah dirancang. Aktivitas dalam tahap ini mencakup pembagian sumber daya manusia dengan melakukan pembagian tim kerja, menggunakan metode dan teknik saat melaksanakan pekerjaan tim, membuat kebijakan sebagai cara mengarahkan keputusan kolektif untuk bisa mencapai tujuan, contohnya seperti; menjalin pendekatan secara formal seperti: penyebaran *press release*, penyelenggaraan konferensi pers, dan acara media lainnya. Selain itu, melakukan pendekatan secara informal seperti; mengadakan *media gathering* dan workshop yang menghadirkan media

3) Tahap Evaluasi

Evaluasi menjadi tahap terakhir dalam manajemen *media relations*. Lembaga perlu menilai apakah tujuan *media relations* yang telah direncanakan dan diimplementasikan sudah tercapai. Dalam konteks *public relations* menyebutkan bahwa evaluasi *public relations* adalah setiap penelitian yang dirancang untuk menentukan efektivitas relatif sebuah program, kegiatan atau strategi *public relations* dengan mengukur keluaran (*output*) program, hasil (*outgrowth*), kegiatan atau strategi berdasarkan sejumlah tujuan (*objective*) yang sudah ditetapkan sebelumnya.

1.5.2 Landasan Konseptual

1) Komunikasi

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi dari

satu pihak ke pihak lain yang mencakup transfer gagasan, ide, emosi, keterampilan, dan berbagai hal lainnya. Proses ini menggunakan simbol-simbol seperti kata-kata, figur, dan grafik, serta dapat disampaikan melalui ucapan dan tulisan yang bertujuan untuk meyakinkan atau memengaruhi penerima. Menurut Edward Depari, dalam (Komunikasi dalam Organisasi) memberikan pengertian: komunikasi adalah penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang mengandung arti dilakukan oleh penyampai pesan (*source*, komunikator sender) dtujukan kepada penerima pesan (*receiver*)/*communicant*, *audience*, (Widjaja: 1986). Proses ini dilakukan oleh pengirim pesan dan ditujukan kepada penerima pesan dengan tujuan menyampaikan amanah. Pesan tersebut dapat disampaikan melalui komunikasi langsung, seperti percakapan tatap muka, yang memungkinkan terjalinnya interaksi langsung antara penyampai dan penerima pesan untuk memastikan pesan dimengerti sebagaimana dimaksud.

2) *Public relations*

Public relations (PR) adalah fungsi strategis dalam organisasi yang bertujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Public Relations sebagai fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan komunikasi timbal balik yang saling berkolaborasi dan menguntungkan antara organisasi dan publik. PR tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga memahami kebutuhan publik, mengelola isu-isu yang muncul, dan menjaga reputasi organisasi. Kegiatan PR melibatkan berbagai teknik komunikasi, seperti siaran pers, *media relations*, *event*

management, serta penggunaan teknologi digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Pendapat lain dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984:6), yang menyatakan bahwa PR adalah fungsi manajemen yang bertugas untuk membangun dan memelihara komunikasi dua arah yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Mereka memperkenalkan empat model PR, yaitu persuasif, informasi publik, asimetris dua arah, dan simetris dua arah yang memberikan pendekatan berbeda dalam membangun hubungan dengan publik. Dengan berkembangnya teknologi dan media digital, PR kini juga berperan dalam mengelola komunikasi di platform digital, termasuk media sosial, untuk meningkatkan interaksi langsung dan keterlibatan publik.

3) Humas Pemerintahan

Humas pemerintahan adalah bagian penting dari tata kelola pemerintahan yang berfungsi untuk membangun komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Humas pemerintah bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat, membangun citra positif, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara pemerintah dan publik. Menurut Ruslan (2007:341), humas pemerintah adalah aktivitas komunikasi strategis yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan untuk mengelola persepsi masyarakat, meningkatkan partisipasi publik, dan memperkuat kepercayaan terhadap institusi pemerintah. Humas pemerintah berperan penting dalam menyampaikan kebijakan publik, menjawab aspirasi masyarakat, serta mengelola krisis yang dapat memengaruhi reputasi pemerintah.

Pendapat lain diungkapkan oleh Jefkins (2003:9), yang menyatakan bahwa

humas pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai alat untuk menciptakan pemahaman dan dukungan terhadap kebijakan yang diambil. Humas pemerintah harus mampu menggunakan berbagai media komunikasi, baik tradisional maupun digital, untuk menjangkau audiens yang luas. Selain itu, peran humas pemerintah juga mencakup pengelolaan hubungan dengan media, komunikasi langsung dengan masyarakat, dan pengelolaan isu strategis yang relevan dengan kepentingan publik. Dengan kemajuan teknologi, humas pemerintah dituntut untuk lebih inovatif dalam menyampaikan informasi secara transparan, cepat, dan efektif.

4) *Media Relations*

Media relations merupakan aktivitas yang dilakukan oleh *public relations officer* atau hubungan masyarakat untuk membangun hubungan yang harmonis dengan media massa sebagai bentuk transparansi pemberitaan positif lembaga yang efektif dan akurat. Wardhani (2008:7) menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh media massa memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga dapat dipercaya oleh suatu lembaga. Pesan tersebut dapat mempengaruhi pikiran, perasaan, dan pemahaman masyarakat terhadap suatu lembaga yang dipublikasikan oleh media massa.

Fungsi *media relations* meliputi manajemen informasi, pemantauan media, dan pencegahan isu-isu yang muncul dalam lembaga. Syahputra (2019:3) menyebutkan bahwa *media relations* dapat dipahami sebagai hubungan yang sistematis, terencana, terarah, dan saling menguntungkan antara *public relations officer* dengan perusahaan-perusahaan media. Perkembangan teknologi informasi

saat ini mengharuskan praktisi PR untuk menyadari bahwa siapa saja dengan akses internet dapat menyebarkan informasi tanpa melalui media tradisional, oleh karena itu aktivitas *media relations* menjadi sangat penting bagi praktisi PR.

5) Pemberitaan Positif

Pemberitaan positif menjadi salah satu elemen penting dalam dunia komunikasi dan media massa, terutama untuk menciptakan citra yang baik dan memberikan pengaruh konstruktif kepada khalayak. Pemberitaan ini berfokus pada penekanan aspek-aspek yang membangkitkan semangat, optimisme, dan solusi terhadap berbagai permasalahan yang ada dalam masyarakat. Dalam membangun kerangka konseptual pemberitaan positif, penting untuk memahami definisi, konsep, dan relevansinya menurut para ahli serta kaitannya dengan penelitian yang dilakukan. Menurut Kasali (2008:14) menekankan bahwa tujuan dari pemberitaan positif adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, menciptakan iklim yang lebih harmonis, serta mendorong tindakan yang konstruktif. Pemberitaan ini diharapkan dapat memotivasi individu untuk melihat peluang dan solusi dalam menghadapi berbagai tantangan, alih-alih hanya fokus pada hambatan atau kesulitan.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada lembaga DPRD Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Sukabumi No.30, Kacapiring, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40271. Peneliti tertarik untuk meneliti DPRD Kota Bandung karena lembaga ini memiliki peran strategis dalam menyuarakan aspirasi

masyarakat, membuat kebijakan publik, dan mengawasi jalannya pemerintahan daerah. Sebagai lembaga publik, DPRD Kota Bandung sering menjadi sorotan media, sehingga pemberitaan positif menjadi aspek penting untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap kinerjanya.

1.6.2 Paradigma dan pendekatan

Paradigma adalah cara seseorang memandang dan memahami fenomena yang ada secara nyata. Menurut Ikbar (2012: 57), paradigma adalah pandangan mendasar yang berkaitan dengan isu-isu yang terjadi, serta cara penelitian dalam melihat fakta-fakta tersebut. Perspektif ini kemudian dikembangkan menjadi suatu disiplin ilmu yang menjadi fokus utama dalam pembahasan.

Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Menurut Mulyana (2004), konstruktivisme memandang kebenaran sebagai realitas sosial yang beragam, serta bagaimana suatu hal dikonstruksikan berdasarkan realitas yang ada, seperti pengalaman sosial dan hubungan dengan individu yang terlibat. Konstruktivisme memandang tindakan manusia sebagai suatu konstruksi dari realitas sosial, di mana makna diberikan pada tindakan tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2014:260), pendekatan kualitatif bertujuan untuk membangun pemahaman berdasarkan partisipasi, yang berarti pengetahuan dibentuk melalui gambaran yang diberikan oleh partisipan yang terlibat. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara mendalam dan observasi terhadap kepala dan staff sub-bagian humas protokol dan

publikasi DPRD Kota Bandung. Data yang diperoleh kemudian diinterpretasikan dalam bentuk tulisan sehingga sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendalam dan objektif mengenai suatu fenomena. Ardianto (2010:60), penelitian deskriptif hanya menggambarkan peristiwa atau situasi tanpa mencari hubungan sebab-akibat atau menguji hipotesis. Metode ini tidak berfokus pada generalisasi, melainkan pada pengkategorisasian data.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti memilih metode deskriptif kualitatif untuk menyelidiki secara mendalam bagaimana aktivitas *Media Relations* yang diterapkan oleh DPRD Kota Bandung sebagai upaya mempertahankan pemberitaan positif sesuai dengan konsep manajemen *media relations*. Metode ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai fenomena tersebut dan juga menjadi dasar untuk pengembangan teori lebih lanjut berdasarkan temuan empiris yang diperoleh dari lapangan.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang bersifat deskriptif, baik melalui bentuk tulisan maupun wawancara, tanpa melibatkan simbol, angka, atau bilangan. Pengumpulan data akan fokus kepada informasi terkait upaya DPRD Kota Bandung dalam mempertahankan pemberitaan positif dengan menerapkan *media relations*, berlandaskan teori manajemen *media relations*.

1.6.4.2 Sumber Data

a) Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari para informan yang telah dipilih secara purposive. Teknik pemilihan informan ini didasarkan pada pertimbangan kompetensi dan pemahaman yang mendalam terhadap topik yang relevan dengan tujuan dan permasalahan penelitian. Proses pengumpulan data primer berlangsung secara langsung selama penelitian, memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan bersumber dari objek utama penelitian atau dari informan yang terlibat aktif dalam konteks studi. Menurut Sugiyono, (2016: 137) data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan selama berlangsungnya penelitian, dan memiliki relevansi langsung dengan permasalahan yang sedang dikaji.

Proses pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui berbagai metode yang melibatkan tidak hanya wawancara tetapi juga partisipasi aktif dalam observasi terhadap situasi atau kondisi yang relevan dengan fenomena yang sedang diteliti. Selain itu, peneliti juga melakukan dokumentasi dengan cara memotret momen-momen penting dan merekam audio selama sesi wawancara.

b) Sumber data sekunder

Informasi yang diperoleh dari sumber data sekunder berfungsi sebagai elemen pelengkap dalam penelitian ini. Data tersebut tidak dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian. Sebaliknya, data diakses melalui pihak ketiga atau melalui berbagai tulisan tertentu yang relevan. Jenis data sekunder yang digunakan mencakup berbagai sumber, termasuk media sosial, situs web, dokumen yang

berkaitan, serta sumber lain yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Keberadaan data sekunder ini memiliki fungsi penting dalam memperkaya penelitian dengan informasi yang relevan dan mendalam. Data sekunder ini mendukung temuan serta analisis yang lebih komprehensif dan substansial dalam konteks penelitian yang dilakukan.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Penetapan informan dalam suatu penelitian merupakan elemen yang sangat krusial. Informan berfungsi sebagai sumber utama data yang akan dikumpulkan selama proses penelitian berlangsung. Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat pengetahuan mereka yang mendalam mengenai topik penelitian. Menurut Creswell, (2017: 124) identifikasi individu atau kelompok dalam tahap eksplorasi fenomena dapat melibatkan sejumlah partisipan yang bervariasi. Jumlah tersebut dapat berkisar dari tiga hingga empat individu, dengan batas maksimum sekitar 15 orang. Proses pemilihan informan harus dilakukan secara cermat dan teliti, langkah ini bertujuan agar data yang diperoleh mencakup keragaman dan kedalaman aspek yang sedang diteliti.

Informan yang menjadi subjek utama dalam penelitian ini terdiri dari individu-individu yang terlibat langsung dalam penyusunan manajemen *Media Relations* di DPRD Kota Bandung. Informan yang terlibat dalam penelitian ini berasal dari Sub-bagian Humas Protokol dan Publikasi DPRD Kota Bandung dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Informan merupakan pihak DPRD Kota Bandung yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan *media relations*.

- b) Informan merupakan karyawan yang telah terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan *media relations* DPRD Kota Bandung, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses yang diterapkan dalam *Media Relations*.
- c) Informan merupakan orang yang dapat menjawab pertanyaan terkait Pengelolaan *Media Relations* serta dapat dipertanggungjawabkan

Peneliti dalam hal ini memilih tiga orang informan dari DPRD Kota Bandung untuk memberikan informasi yang relevan dan mendalam terkait topik penelitian. Pemilihan informan ini didasarkan pada pedoman menurut Creswell (2014:122) yang menetapkan bahwa dalam penelitian kualitatif setidaknya mengambil 3-10 informan agar data lebih kredibel. Kriteria pemilihan informan didasarkan pada peran dan pengalaman mereka yang sesuai dengan topik penelitian. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang aktivitas *media relations* di DPRD Kota Bandung dengan ini, proses pengumpulan data tidak hanya sesuai dengan metode penelitian yang baik, tetapi juga memastikan hasil yang relevan dan dapat dipercaya

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan elemen penting dalam penelitian, berfungsi untuk memperoleh informasi mengenai tema yang diangkat. Proses ini juga menjadi komponen pendukung yang esensial bagi keseluruhan penelitian. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang relevan, salah satunya adalah:

a. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang berkontribusi pada hasil penelitian melalui informasi lisan dari para informan, terutama informan kunci. Moleong (2005:185), wawancara mendalam melibatkan interaksi antara dua orang untuk bertukar gagasan dan informasi melalui proses tanya jawab yang memungkinkan penggalian informasi secara mendalam, bebas, dan terbuka. Peneliti memilih metode wawancara mendalam karena teknik ini memungkinkan eksplorasi yang lebih terperinci terkait aktivitas *media relations* yang diterapkan oleh DPRD Kota Bandung. Pada pelaksanaannya, wawancara ini dirancang fleksibel dan terbuka tanpa sepenuhnya terikat pada pedoman wawancara, sehingga peneliti dapat memahami permasalahan secara lebih luas dan objektif.

b. Observasi Partisipan Pasif

Observasi merupakan metode untuk menggambarkan situasi di lapangan berdasarkan realitas sosial yang terjadi pada objek penelitian. Tujuan dari kegiatan ini adalah memperoleh informasi mengenai fenomena penerapan aktivitas *media relations*, termasuk melalui interaksi verbal dan nonverbal dengan subjek, guna mendapatkan data yang objektif dan akurat.

Peneliti memilih teknik ini karena tidak melibatkan diri secara langsung dalam aktivitas, melainkan hanya mengamati dan menganalisis aktivitas *media relations* yang diterapkan oleh DPRD Kota Bandung.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan sebuah proses yang mengacu pada pengelolaan data yang diperoleh selama penelitian. Creswell (2018:46)

menjelaskan bahwa analisis data diperlukan untuk mempermudah pemahaman data dalam sebuah penelitian. Teknik analisis data pada penelitian ini digunakan sebagai langkah-langkah pengolahan data sehingga nantinya akan dihasilkan serangkaian informasi yang disajikan sebagai hasil penelitian dalam bentuk kategorisasi. Terdapat empat proses menganalisis data kualitatif yang dijabarkan sebagai berikut:

1) Menyiapkan dan Mengelola Data

Langkah awal yang dilakukan yaitu menyiapkan data. Data primer atau sekunder yang telah peneliti peroleh terkait aktivitas *media relations* melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak DPRD Kota Bandung, yang didapatkan dari hasil pengumpulan informasi di lapangan, kemudian disusun dan dipilah secara terstruktur untuk memastikan kesesuaian dan keakuratan data dengan kebutuhan penelitian. Setelah itu, dilakukan pengelompokan data primer atau sekunder yang diperoleh terkait aktivitas *media relations* melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak DPRD Kota Bandung. Proses ini menghasilkan ringkasan catatan yang akan dianalisis lebih lanjut.

2) Membaca Data Secara Menyeluruh

Langkah kedua yang peneliti lakukan yaitu membaca data secara menyeluruh dengan tujuan agar peneliti bisa memberi gambaran terkait terkait aktivitas *media relations* yang peneliti dapatkan melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak lembaga DPRD Kota Bandung.

3) Membuat Deskripsi dan Tema

Langkah ketiga, yaitu membuat deskripsi dan proses untuk menghasilkan

deskripsi dari ranah dan partisipan sesuai dengan tema yang dipilih yaitu *media relations*. Deskripsi meliputi penggabungan berbagai informasi mengenai partisipan, tempat ataupun fenomena aktivitas *media relations* di lembaga DPRD Kota Bandung.

4) Menyajikan Deskripsi dan Tema

Langkah terakhir, yaitu menyajikan atau penyampaian deskripsi dan tema terkait aktivitas *media relations* yang telah peneliti dapatkan melalui observasi partisipan pasif dan wawancara mendalam dengan pihak perusahaan DPRD Kota Bandung ke dalam laporan penelitian kualitatif.

