

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kampanye *Public Relations* adalah sebuah serangkaian kegiatan terencana dan sistematis yang bertujuan membentuk, mengubah, atau mempertahankan persepsi publik terhadap suatu organisasi, produk, atau isu tertentu (Hajar & Anshori, 2021). Kampanye *Public Relations* tidak hanya terbatas pada promosi semata, tetapi juga mencakup pembangunan citra, manajemen krisis, hingga edukasi publik. Selain itu ditengah persaingan informasi dan derasnya arus media sosial, kampanye *Public Relations* menjadi semakin kompleks dalam menuntut strategi komunikasi yang baik serta cermat, adaptif, dan berbasis data (Plowman & Kenneth, 2022).

Melalui proses kampanye seseorang akan mengenal cara berpikir, kebiasaan hidup dan perubahan perilaku dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penanganan pascabencana, serta memperkuat partisipasi komunitas dalam merespons keadaan darurat di lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini komunikasi dibutuhkan dan melibatkan aktivitas kehumasan karena untuk menjembatani hubungan antara masyarakat dengan lembaga penyedia layanan, seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Jawa Barat, yang turut memainkan peran signifikan dalam menyediakan layanan kesehatan di daerah bencana.

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah menghadapi berbagai bencana alam, seperti gempa bumi, banjir bandang, tanah longsor, hingga letusan gunung berapi (Cazabat & Anzellini, 2023). Fenomena ini tidak hanya mengganggu

stabilitas ekonomi dan sosial, tetapi juga menimbulkan dampak serius terhadap kondisi kesehatan masyarakat di wilayah terdampak (Yunus & Nurjanah, 2024). Dalam situasi darurat, akses terhadap layanan kesehatan menjadi sangat terbatas dan kerap kali tidak memadai, sehingga memerlukan intervensi yang cepat dan efektif, termasuk lembaga nonpemerintah yang bergerak dalam sektor sosial dan kemanusiaan.

Bencana yang kini kian terjadi mengancam keselamatan jiwa, bahkan mengakibatkan peningkatan risiko penyakit dan kematian yang disebabkan karena ketidakpahaman dalam penanganan utama saat situasi bencana. Keterbatasan akses terhadap fasilitas kesehatan memerlukan penanganan cepat dari berbagai lembaga salah satunya termasuk lembaga Baznas. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga sosial yang berfokus pada pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah, memiliki peran penting dalam merespons kebutuhan masyarakat, khususnya di daerah bencana (Baznas Jabar). Baznas tidak hanya memberikan bantuan finansial, tetapi juga menginisiasi program-program kesehatan yang bertujuan untuk meringankan beban masyarakat.

Baznas, Badan Amil Zakat Nasional juga berkomitmen dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat, melalui programnya Baznas berusaha untuk memberikan akses layanan kesehatan yang layak, terutama di daerah yang terkena bencana (Baznas Jabar). Bencana alam yang kini kian terjadi kadang kala tidak dapat dideteksi kapan datang dan terjadi, perlunya ada penanganan dalam sosialisasi menghadapi situasi bencana, dan peran Baznas dibutuhkan dalam mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan yang merupakan salah

satu upaya penting dalam menangani peningkatan resiko bencana di daerah yang terdampak (Baznas Jabar).

Pada tahun 2024, daftar penanganan bencana yang dilaksanakan oleh BAZNAS Jawa Barat tercatat mencakup enam kejadian signifikan di berbagai wilayah, antara lain Kabupaten Badung, Sukabumi, Kabupaten Bogor, Kabupaten Kuningan, dan Kabupaten Cianjur, yang semuanya menunjukkan kebutuhan mendesak akan akses layanan kesehatan yang memadai. Layanan tersebut terutama diperlukan untuk penanganan cedera fisik, pengobatan penyakit menular maupun tidak menular, serta pemulihan trauma psikologis yang dialami masyarakat akibat dampak bencana (Khairunnisa & Putri, 2023). Situasi ini turut memperburuk tekanan terhadap kapasitas fasilitas kesehatan setempat, sehingga memaksa masyarakat terdampak untuk berhadapan dengan keterbatasan akses medis, kurangnya tenaga kesehatan, serta rendahnya kesiapsiagaan dalam menghadapi kondisi krisis (Baha'uddin & Wahid, 2024)

Peran Baznas Jawa Barat dalam merespons kebutuhan masyarakat tidak hanya memberikan bantuan finansial, tetapi juga menginisiasi program-program kesehatan yang bertujuan untuk meringankan beban masyarakat. Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat merupakan salah satu lembaga nonstruktural yang dibentuk oleh negara dengan tugas dan tujuan menghimpun dan menyalurkan zakat kepada yang membutuhkan melalui berbagai program pendistribusian dan pendayagunaan yang tepat sasaran (Aditya, 2019). Peran strategis Baznas Jawa Barat dalam memberikan layanan kesehatan di daerah bencana menjelaskan ketepatan, cepat,

dan berkelanjutan kepada korban bencana yang membutuhkan, serta mengedukasi masyarakat tentang pentingnya kesehatan dalam situasi darurat (Dzihni, 2024).

Akses layanan kesehatan dalam situasi bencana sangatlah penting yang menunjukkan bahwa intervensi kesehatan yang cepat dapat mengurangi angka kematian dan morbiditas. Oleh karena itu, Baznas juga mengembangkan program-program yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat di daerah bencana. Bencana yang menyebabkan Trauma psikologis yang dialami oleh masyarakat setelah bencana perlu menjadi perhatian utama dalam layanan konseling dan dukungan psikologis untuk membantu individu mengatasi dampak emosional dari bencana (Khairunnisa & Putri, 2023). Hal ini penting untuk memulihkan kesehatan mental masyarakat dan mendorong proses rehabilitasi

Dalam pelaksanaan program kesehatan di daerah bencana, Baznas Jawa Barat menghadapi banyak tantangan. Kerusakan infrastruktur, kurangnya sumber daya manusia, dan kebutuhan mendesak dari masyarakat menjadi beberapa kendala yang harus diatasi. Selain itu masyarakat yang kurangnya informasi terhadap bantuan penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana tentang tataletak posko dan dapur umum yang sudah di sediakan. Baznas Jawa Barat dalam penangaanan bencana juga menerapkan berbagai strategi untuk menjangkau masyarakat yang terdampak bencana. untuk mengatasi tantangan ini. Dalam situasi darurat, komunikasi yang jelas dan tepat waktu sangat penting. Masyarakat perlu mendapatkan informasi yang akurat mengenai layanan kesehatan agar dapat mengambil tindakan yang tepat (Rahmaniar, 2021). Kegiatan seperti pengobatan gratis, penyuluhan kesehatan, dan

distribusi obat menjadi bagian dari upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat.

Dalam Penanganan bencana alam seperti menyalurkan bantuan berupa logistik, penanganan utama dan kesehatan mental korban. Baznas Jawa Barat juga memberikan layanan kesehatan melalui program-program inovatifnya, seperti layanan kesehatan bergerak (*mobile Clinic*) dan pendirian posko kesehatan, dapur umum, dapur air, serta layanan dukungan psikososial di wilayah terdampak bencana. Dalam konteks ini, Kampanye *Public Relations* menjadi alat yang vital untuk menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan kesehatan yang tersedia (Fitri & Alifa Nur, 2023). *Public Relations* membantu dalam membangun hubungan yang positif antara tim Baznas Jawa Barat dan masyarakat, sehingga program-program yang dijalankan dapat diakses dengan lebih baik (Nursaidah Putri, 2024).

Kampanye *Public Relations* menjadi kunci dalam menjawab tantangan era saat ini bagaimana beradaptasi dengan perkembangan digitalisasi, baik itu dalam komunikasi atau mensosialisasikan program dan kegiatan kepada khalayak dalam membangun hubungan baik kepada pihak terkait. Selain menjadi daya guna mensejahterakan masyarakat dalam ekonomi Baznas ikut serta dalam pelayanan kesehatan kepada masyarakat yang terkena bencana. Kecepatan merespon kejadian bencana adalah kunci utama memberikan pelayanan terbaik bagi para korban, untuk mendukung upaya ini Baznas Tanggap Bencana (BTB) merespon berbagai kejadian bencana (Baznas Jabar).

Dalam upaya meningkatkan efektivitas kampanye *Public Relations*, Baznas Jawa Barat harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk karakteristik demografis masyarakat, jenis bencana yang terjadi, dan kondisi kesehatan masyarakat setempat. Dengan memahami konteks ini, Baznas Jawa Barat dapat merancang program yang lebih relevan dan berdampak. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, organisasi non-pemerintah, dan komunitas lokal, sangat penting untuk memperkuat jaringan dukungan bagi masyarakat yang terdampak (Sudarmanto & Eko, 2023). Melalui sinergi ini, Baznas Jawa Barat dapat memperluas jangkauan layanan kesehatan dan memastikan bahwa bantuan yang diberikan tepat sasaran.

Penelitian ini menjadi pantikan untuk penulis dalam melihat situasi di Indonesia sebagai wilayah rawan bencana dan membutuhkan model komunikasi *Public Relations* yang efektif dalam penanganan krisis. Baznas Jawa Barat dipilih sebagai objek studi kasus karena kontribusinya yang nyata dalam layanan kesehatan darurat, sekaligus representasi lembaga zakat yang memiliki jaringan luas dan sistem distribusi terstruktur dan dapat menjadi acuan bagi lembaga sosial lain dalam merancang kampanye *Public Relations* yang lebih terukur, transparan, dan berdampak langsung pada masyarakat terdampak bencana.

Penulis melihat dan meninjau dengan 3.034 kejadian bencana di Indonesia sepanjang 2023 tercatat dalam (Data BNPB) Badan Nasional Penanggulangan Bencana. Alasan penulis dalam mengambil *living laboratory* di BAZNAS Jawa Barat karena jejaringnya yang mencakup 27 kabupaten/kota dan kemampuan *rapid response*-nya dengan estimasi rata-rata 4-5 jam sampai di lokasi bencana (Baznas

Jabar). Selain itu juga Penelitian mengungkap inovasi BAZNAS dalam *digital humanitarian campaigning*, seperti penggunaan *geo-tagging* untuk pelacakan bantuan dan *interactive infografis* di Instagram. Temuan ini berkontribusi pada diskusi *disruptive Public Relations* di era *post-truth* (Yaxley, 2017).

Kampanye *Public Relations* dengan objek Baznas berbeda dengan kampanye *Public Relations* korporat yang berorientasi profit, Baznas Jawa Barat mengembangkan *faith-based Public Relations* yang memadukan prinsip transparansi syariah dengan teknik komunikasi modern. Analisis terhadap *annual report* dan konten media sosial menunjukkan bagaimana nilai-nilai *amanah* dan *ta'awun* (tolong-menolong) diinternalisasi dalam pesan-pesan krisis (Baznas Jabar). Penelitian ini tidak hanya memperluas wawasan *disaster communication*, tetapi juga membuka cabang baru dalam studi *Islamic communication* yang berfokus pada *evidence-based philanthropy*. Kombinasi antara ketajaman teoretis dan relevansi praktis menjadikan tema ini layak untuk dikaji secara mendalam.

Batasan fokus penelitian ini dalam mencakup wilayah operasional Kampanye *Public Relations* yang digunakan oleh Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat dalam program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana, dengan objek studi seperti divisi kesehatan, divisi kehumas serta relawan BTB dan didukung oleh dokumentasi kampanye digital dan media sosial resmi Baznas Jabar. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi lembaga sosial lain dalam merancang kampanye *Public Relations* berbasis nilai dan hasil nyata (Azhar, 2023). Melalui

teori komunikasi publik menjadi pisau analisis untuk tahapan yang terstruktur penelitian dan sistematis.

Penelitian semoga menjadi gambaran dan diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang peran *Public Relations* dalam mendukung upaya kehidupan masyarakat dalam ruang lingkup pelayanan kesehatan yang tersedia di BAZNAS Jabar dan menjalin hubungan yang berkelanjutan antara lembaga penyedia layanan, dengan masyarakat penerima manfaat, terutama dalam konteks situasi darurat seperti bencana.

Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas penelitian ini menjadi satu rumusan masalah dan untuk membatasi wilayah penelitian, dengan judul penelitian “Kampanye *Public Relations* Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat dalam Program Kesehatan”. Penetapan penelitian Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat tersebut dikarenakan adanya ketersediaan sumber informasi dan data yang diperlukan peneliti dalam berupaya mengungkap bagaimana Baznas Jabar menyampaikan layanan kesehatan pascabencana dengan cepat, tepat, dan transparan kepada masyarakat terdampak. Studi ini diharapkan menjadi referensi bagi pengembangan kampanye lembaga zakat di masa depan.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah “Kampanye *Public Relations* Badan Amil Zakat Nasional Jawa Barat dalam Program Kesehatan” yang menghasilkan beberapa pertanyaan penelitian, diantaranya:

1. Bagaimana tahapan Baznas Jabar dalam mengenal khalayak yang menjadi sasaran komunikasi guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana
2. Bagaimana tahapan Baznas Jabar dalam menentukan tujuan guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana
3. Bagaimana tahapan Baznas Jabar dalam menyusun pesan guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana
4. Bagaimana tahapan Baznas Jabar dalam menetapkan metode dan memilih media yang akan di gunakan guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini menjadi output yang nantinya ingin dicapai, berdasarkan fokus penelitian yang telah dijelaskan di atas maka tujuan penelitian ini mengarah pada sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Baznas Jabar dalam mengenal khalayak yang menjadi sasaran komunikasi guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana
2. Untuk mengetahui bagaimana Baznas Jabar dalam menentukan tujuan guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana

3. Untuk mengetahui bagaimana Baznas Jabar dalam menyusun pesan guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana
4. Untuk mengetahui bagaimana Baznas Jabar dalam menetapkan metode dan memilih media yang akan di gunakan guna mengkampanyekan program penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kebermanfaatan merupakan harapan setiap peneliti terhadap penelitiannya termasuk penulis. Penulis berharap penelitian ini bermanfaat dan memberi dampak yang baik untuk kebutuhan akademis ataupun untuk kebutuhan praktis :

##### **1.4.1 Secara Akademis**

Penulis berharap penelitian ini berkontribusi secara signifikan terhadap pemahaman teoritis tentang bagaimana Kampanye *Public Relations* dalam penyalurkan layanan kesehatan di daerah bencana Baznas Jabar yang dapat memperkenalkan program atau suatu kebijakan perusahaan serta dapat membantu memperkaya literatur akademis dalam bidang komunikasi publik, kampanye *Public Relations*, dan pengiringan opini publik. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memunculkan gagasan-gagasan baru atau konsep-konsep teoritis baru yang berkaitan penelitian ini dan dapat dijadikan sebagai masukan atau acuan dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya dalam pengembangan kajian hubungan masyarakat atau *Public Relations*.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi organisasi khususnya instansi-instansi pemerintah/perusahaan mengenai program perusahaan dan sekaligus menjadi bahan evaluasi dalam pengaplikasiannya dilapangan, serta dapat menambah konsep dari kampanye *Public Relations*, dengan tidak lupa juga memperhatikan fungsi dan peran *Public Relations* sebagai sebuah profesi untuk menjalin hubungan baik dengan publik atau khalayaknya, baik publik internal maupun eksternal, dalam memperkenalkan dan mempromosikan program atau kebijakan sebuah lembaga dan perusahaan.

## **1.5 Tinjauan Pustaka**

### **1.5.1 Landasan Teoritis**

Bedasarkan latar belakang di atas menjelaskan bahwa komunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, tetapi juga berperan dalam mengolah informasi yang diterima oleh audiens melalui proses kognitif tertentu. Ketika individu menerima pesan dari media, mereka tidak hanya menerima secara pasif, tetapi juga melakukan seleksi, interpretasi, dan penyimpanan informasi berdasarkan pengalaman (Anggarini & Shella, n.d.).

Hadirnya penelitian dengan fokus Kampanye *Public Relations* yang mengacu kepada landasan konsep Strategi Komunikasi Publik adalah pendekatan sistematis dalam merancang, mengelola, dan menyampaikan pesan kepada publik untuk mencapai tujuan tertentu, baik untuk memberikan informasi, mempengaruhi sikap, maupun mengedukasi. Salah satu tokoh paling berpengaruh adalah Harold Dwight Lasswell (1902–1978) yang memandang komunikasi bukan hanya sebagai

pertukaran pesan, tetapi juga sebagai sarana memengaruhi opini publik, membentuk perilaku, dan menciptakan efek tertentu pada masyarakat Lasswell, 1948 (Azaria, 2014). Dalam strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (planning) dan manajemen komunikasi (management) yang berorientasi pada efektivitas. Dalam bentuk komunikasi dengan tujuan untuk masyarakat umum dan bersifat terbuka, dan bertujuan untuk memberikan informasi, persuasi, atau edukasi (Siregar, 2021). Ada beberapa langkah dalam menyusun model strategi komunikasi publik agar komunikasi yang dilakukan dapat efektif (Gunawan & Toni, 2022), yaitu rancangan melalui rangkaian langkah sistematis sebagai berikut:

1. Mengetahui khalayak yang menjadi sasaran komunikasi
2. Menentukan tujuan
3. Menyusun pesan
4. Menetapkan metode dan memilih media yang akan di gunakan

Penerapan strategi ini dalam konteks kampanye kesehatan merupakan upaya preventif untuk mencegah angka kematian dan kesehatan di daerah bencana.

Dalam konteks meminimalkan angka kematian pasca-bencana, strategi komunikasi publik berfungsi sebagai instrumen preventif yang menyangkut dimensi kognitif dan emosional masyarakat. Dengan mengetahui khalayak, menetapkan tujuan yang terukur, menyusun pesan persuasif, dan memilih saluran komunikasi yang relevan seperti media sosial atau penyuluhan lapangan kampanye dapat mengubah perilaku dan meningkatkan kesiapsiagaan publik terhadap risiko kesehatan darurat.

## **1.6 Langkah langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang akan menjadi objek peneliti yaitu Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat Jl. Soekarno-Hatta No.458, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266. Peneliti memilih lokasi ini karena sangat relevan dikarenakan informasi dan data sangat diperlukan saat penelitian dalam rangka pengungkapan masalah yang diteliti akan tersedia di lokasi tersebut.

### **1.6.2 Pradigma Pendekatan**

Paradigma dapat diartikan sebagai suatu cara pandang dalam upaya memahami kompleksitas dunia nyata. Penelitian ini menggunakan cara pandang konstruktivisme, sebuah paradigma memandang bahwa fakta dari fenomena sosial yang terbentuk di masyarakat ialah hasil dari konstruksi sosial atau pemikiran dari subjek yang akan diteliti. Penelitian ini meninjau sebuah fenomena sosial secara unik dan tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, karena setiap manusia memiliki kebebasan berpikir dalam menginterpretasikan fenomena yang ditinjaunya sesuai dengan konsep yang ada dalam pemikirannya. Paradigma ini lahir sebagai kritik terhadap paradigma positivistik.

Paradigma konstruktivistik digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini karena peneliti meninjau Baznas Jabar dalam mensosialisasikan penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal ini. (Dwivedi & Vikram, 2017) menjelaskan bahwa paradigma merupakan sebuah kerangka dasar yang digunakan oleh peneliti untuk proses mengamati, meninjau,

berpikir, menilai, dan bertindak dalam konteks tertentu berdasarkan realitas yang ada di lapangan.

Kerangka dasar sebuah penelitian tidak dapat terlepas dari proses pengamatan tersebut tentu dipikirkan oleh peneliti yang nantinya menghasilkan sebuah penilaian terhadap realitas sehingga dapat dihasilkan sebuah keputusan untuk bertindak sesuai dengan penilaian yang dilakukan. Peneliti terbantu dengan paradigma konstruktivistik dalam memahami bagaimana kampanye *Public Relations* yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Jawa Barat dalam mensosialisasikan penyaluran layanan kesehatan di daerah bencana.

Peneliti ini memilih menggunakan pendekatan kualitatif agar subjek penelitian dapat dipahami secara utuh dan lebih menyeluruh, hal ini dikarenakan pendekatan kualitatif memiliki kegunaan memahami makna, keunikan maupun proses di balik realitas yang ada. Dalam penelitian kualitatif memiliki tujuan yaitu menginterpretasikan suatu kejadian yang menjadi realitas dan menjadi pengalaman subjek, baik berupa tingkah laku, dorongan, dan tindakan-tindakan lain (Dwivedi & Vikram, 2017). Penjelasan tersebut memberikan gambaran pada peneliti bahwa penelitian kualitatif ini relevan dengan apa yang menjadi fokus yang diangkat oleh peneliti.

Pendekatan kualitatif dalam mendapatkan data digunakan melalui instrumen kunci rumus 5 W + 1 H (*Who, What, When, Where, Why dan How*). *Who* berkaitan dengan siapa yang dapat menjadi informan kunci dalam penelitian, *what* berkaitan dengan data dan fakta hasil penelitian, *when* berkaitan dengan waktu penemuan

sumber informasi, *where* berkaitan dengan tempat dimana sumber informasi dapat ditemukan, *why* berkaitan dengan analisis mendalam (interpretasi) mengenai fakta dan hasil penelitian, dan *how* berkaitan dengan bagaimana proses berlangsung (Widiatmika & Pratama, 2015).

### 1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Salah satu tujuan penelitian deskriptif ialah untuk mengumpulkan informasi secara rinci dalam upaya melukiskan gejala yang ada (Aditya, 2019). Peneliti melalui metode ini menggambarkan objek penelitian sesuai dengan data yang didapatkan di Baznas Jabar tanpa rekayasa maupun manipulasi. Data penelitian diperoleh dari wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dipaparkan dan dianalisis secara sistematis dan faktual.

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan katakata tertulis dan mendeskripsikan hasil wawancara dari objek penelitian. dalam penyajian data ditujukan untuk menggambarkan fenomena dan mendapatkan informasi mengenai bagaimana strategi public relations di Baznas Jabar berdasarkan data-data yang penulis dapatkan dalam proses penelitian.

## **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

### **1.6.4.1 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan jenis yaitu data kualitatif yang dituangkan dalam bentuk kalimat untuk mendeskripsikan realitas sosial yang ditemukan saat melakukan penelitian. Penelitian ini memakai jenis data jenis data non-numerik yang berasal dari informasi bentuk tulisan maupun lisan tanpa bilangan, simbol maupun angka (Widiatmika & Pratama, 2015). Jenis data ini menggunakan katakata dalam upaya menjelaskan fakta dan fenomena yang diteliti. Data ini berguna untuk memberikan gambaran pada peneliti terkait strategi *Public Relations* dalam mensosialisasikan layanan kesehatan pada Baznas Jabar.

### **1.6.4.2 Sumber Data**

#### **1.6.4.2.1 Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan data atau informasi yang didapat dan diperoleh secara langsung dari sumbernya. Sehingga dapat diinterpretasikan dan dipergunakan untuk mempelajari, memahami, dan menjelaskan topik penelitian yang menjadi sasaran peneliti. Alat atau media yang digunakan seperti catatan atau kamera untuk pendokumentasian baik berupa foto atau video dapat membantu proses pengumpulan data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh dari hasil mencari dan dikumpulkan secara langsung oleh penerima data (Sakhinah, 2018). Penelitian ini menggunakan informasi dari Baznas Jabar sebagai sumber data primer, yaitu melalui data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara eksklusif pada subjek yang akan menjadi sasaran.

#### **1.6.4.2.2 Sumber Data Skunder**

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti sebagai hasil dari pengumpulan data yang dilakukannya dimana data tersebut mudah untuk dipahami dan data tersebut sudah tersedia sebelum peneliti melakukan penelitiannya. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari proses pengumpulan data yang mana data tersebut berasal dari sumber yang sudah ada sebelumnya seperti artikel, berita, dan media sosial (Annisa, 2017). Data sekunder ini memperkuat latar belakang penelitian yang dikemukakan peneliti sebagai tinjauan terkait fenomena yang terjadi sehingga menarik peneliti untuk membahas lebih mendalam tentang fenomena tersebut.

Data kualitatif digunakan peneliti dalam penelitian ini sebagai hasil dari kegiatan penelitian yang didapatkan peneliti baik secara lisan maupun tulisan. Peneliti memperoleh data sekunder ini dari beberapa sumber seperti website dan media sosial sebagai data tambahan yang memperkuat latar belakang penelitian.

#### **1.6.5 Teknik Pemilihan Informan**

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling atau menggunakan pertimbangan berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, dimana peneliti memilih informan yang paling paham tentang apa yang diteliti dapat membantu peneliti memperoleh informasi dan membantu proses analisis yang terjadi selama penelitian. Beberapa informan selanjutnya dipilih atas rekomendasi dari informan sebelumnya. Teknik chain sampling ini merupakan teknik yang sangat ideal digunakan pada saat melakukan wawancara penelitian. Kriteria yang diperlukan dalam memilih informan yaitu

didasarkan pada tugas dan kewajiban yang dipegang oleh informan itu sendiri dalam posisi dan kedudukannya. Kriteria informan Terdapat 2 jenis informan dalam penelitian ini di antaranya :

#### **1.6.5.1 Informan Kunci**

Informan kunci adalah pimpinan atau wakil pimpinan bidang/divisi yang menjalankan fungsi *Public Relations* khususnya kegiatan *strategy Public Relations* pada Baznas Jabar. Peneliti menggunakan kriteria ini dengan alasan informan merupakan pihak yang mengetahui dan memahami fungsi dari kegiatan *strategy Public Relations*.

#### **1.6.5.2 Informan Pendukung**

Informan pendukung utama adalah staf karyawan bidang atau divisi yang berpartisipasi dalam lapangan atau kantor dan berhubungan langsung dengan program layanan kesehatan di daerah bencana pada Baznas Jabar. Peneliti menggunakan kriteria ini dengan alasan informan merupakan pihak yang bersentuhan dan mempunyai pengetahuan secara empiris .

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan elemen pendukung dari penelitian yang sangat diperlukan dalam penelitian untuk memperoleh data terkait tema dalam penelitian yang diangkat. Pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan beberapa teknik, diantaranya :

### **1.6.6.1 Wawancara Mendalam (In-Dept Interview)**

Wawancara mendalam (*In-Dept-Interview*) dalam penelitian merupakan proses kegiatan tanya jawab antara peneliti dengan narasumber atau informan, di mana peneliti mengajukan pertanyaan untuk memperoleh informasi atau keterangan mengenai suatu fenomena atau peristiwa secara intensif dan mendalam melalui tatap muka secara langsung (Widiatmika & Pratama, 2015).

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara detail dan relevan dengan topik pembahasan yang diteliti sehingga tidak melenceng dari fakta yang ada di lapangan.

### **1.6.6.2 Observasi Partisipatori Pasif**

Observasi partisipatori pasif merupakan sebuah tindakan mengumpulkan data dalam meninjau suatu hal yang diteliti dengan lebih mendekat dan tepat waktu tanpa mengikuti aktivitasnya. (Octavia, 2021) memberikan penjelasan tentang observasi partisipatori pasif yang merupakan jenis penelitian dimana orang yang meneliti hanya berperan untuk mengamati saja dan tidak mengikuti kegiatannya. Peneliti hanya mengamati, cenderung menjaga jarak, dan tidak berbaur langsung dengan subjek yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipatori pasif sebagai tujuan untuk mengamati dan tidak berpartisipasi secara langsung dalam pelaksanaannya (Widiatmika & Pratama, 2015). Peneliti dalam mengumpulkan data akan mengamati dan mencatat temuan-temuan hasil observasi dalam kegiatan program kesehatan Baznas Jabar. Hal ini dimaksudkan untuk tidak mengubah

kebiasaan yang sudah terbentuk pada Baznas Jabar berkaitan dengan bagaimana strategi online public relations dilaksanakan

### **1.6.6.3 Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan catatan mengenai suatu peristiwa atau kejadian yang telah terjadi dan disimpan sebagai arsip atau bukti. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, foto, gambar, buku, transkrip, koran, majalah, agenda, notulen rapat, dan lain-lain yang bisa menjadi sumber pendukung bagi wawancara dan observasi (Huda, 2024). Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi foto, buku, arsip, serta berkas penting lainnya yang memuat informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

### **1.6.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses penyusunan data yang dihasilkan dari observasi lapangan dan wawancara yang kemudian dituangkan dan disusun untuk menentukan data dan informasi yang utama dan dapat memberikan sebuah kesimpulan. Analisis data merupakan proses mengumpulkan data yang bertujuan agar data yang dikumpulkan tersebut dapat dianalisis (Rachmaniar, 2015). Data tersebut kemudian dituangkan oleh peneliti dalam bentuk tulisan. Tiga proses analisis yang penting yang dilibatkan dalam penelitian ini, diantaranya:

#### **1.6.7.1 Reduksi Data**

Reduksi data merupakan bagian dalam langkah-langkah analisis yang memberikan kemungkinan terhadap kesimpulan yang diverifikasi. Dalam memberikan penjelasan tentang reduksi data yang merupakan proses yang

menekankan penyederhanaan, pengabstrakan dan pentransformasian data yang dilakukan dengan cara pemilihan atau pemusatan data tersebut dari data langsung yang didapat dari lapangan (Azaria, 2014). Data di lapangan kemudian dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk tertulis guna memastikan bahwa data tersebut sudah melewati bagian dari proses analisis data.

Proses mereduksi data yang telah dikumpulkan oleh peneliti melalui observasi dan wawancara kepada informan dari Baznas Jawa Barat menjadi data yang kemudian diminimalkan, hal ini karena semua data dan informasi yang didapat tidak akan terhubung atau selaras sepenuhnya dengan data yang diperlukan peneliti.

#### **1.6.7.2 Penyajian Data**

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara menilai suatu kejadian atau fenomena selama proses penelitian yang kemudian disederhanakan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, grafik, matrik, dan yang paling sering digunakan adalah dalam bentuk teks naratif agar data tersebut mudah memberikan pemahaman bagi pembaca (Widiatmika & Pratama, 2015). Proses penyajian data ini akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan langkah selanjutnya.

#### **1.6.7.3 Penarikan Kesimpulan**

Langkah akhir dalam penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi sebagai bentuk refleksi peneliti terhadap hasil analisis data. Kesimpulan dianggap kredibel jika didukung bukti valid dan konsisten, terutama setelah

dilakukan pengumpulan data ulang di lapangan. Evaluasi dan interpretasi seluruh data merupakan tujuan utama dari kesimpulan penelitian (Octavia, 2021).

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan tidak selalu secara langsung menjawab rumusan masalah, karena rumusan tersebut bersifat sementara dan bisa berkembang selama proses penelitian berlangsung. Temuan diangkat berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam terkait strategi public relations kemudian dianalisis, dirinci, dan disusun dalam bentuk laporan tertulis.

