

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Cyber Public Relations* merupakan kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan media internet atau yang sering disebut dunia maya (*Cyber Space*). Kehadiran internet membuat perkembangan baru di dunia *Public Relations*, dengan melalui media internet suatu bentuk *Public Relations* yang baru terbentuk. Yuliawati dan Enjang Pera Irawan (2016) dalam Jurnalnya yang berjudul Peran *Cyber Public Relations* dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online Volume 1 Nomor 1 menyebutkan bahwa *Cyber Public Relations* yaitu *Public Relations* yang menjalankan berbagai aktivitas kerjanya dibantu dengan menggunakan internet sebagai sarana atau media untuk publisitasnya.

Rusdianto (2014: 99) menjelaskan bahwa komunikasi melalui internet dianggap efektif, karena menciptakan hubungan *One to One* daripada media massa yang *One to Many*. *Public Relations* bisa langsung menyampaikan pesan-pesan atau informasi tersebut kepada target publiknya, membina hubungan baik dengan media, membangun digital *Brand Images* hanya dengan melalui internet.

*Cyber Public Relations* sudah semakin dikenal oleh kebanyakan khalayak. Penggunaan internet oleh para praktisi *Public Relations* merupakan kekuatan tambahan untuk membantu dalam menjalankan tugasnya, karena segala aktivitas *Cyber Public Relations* dapat dengan mudah diakses oleh para publiknya dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Pemakaian internet sangatlah efektif jika dilihat dari masyarakat pada zaman sekarang yang tidak terlepas dari internet

dan *gadget*, karena internet membuat pandangan baru setiap individunya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Popularitas dan urgensi dari penerapan *Cyber Public Relations* membuat banyak perusahaan dan lembaga gencar mempublikasikan dan menyebarkan informasi dengan internet dengan melalui *Website* yang dimilikinya untuk disampaikan kepada publiknya untuk meningkatkan citra di masyarakat, begitu pula dengan Kepolisian Jawa Barat (Polda Jawa Barat).

Polda Jawa Barat merupakan pelaksana tugas Kepolisian Negara Republik Indonesia di wilayah Provinsi Jawa Barat. Polda Jawa Barat mempunyai peran penting bagi masyarakat Indonesia. Mengamankan dan menertibkan masyarakat, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, mengayomi dan melayani masyarakat merupakan tugas pokok dari instansi kepolisian, namun diketahui bahwa citra kepolisian kurang baik di mata masyarakat baik di dunia maya ataupun di dunia nyata. Seperti yang peneliti kutip dari berita di *Website* [tribatanews.jabar.polri.go.id/news](http://tribatanews.jabar.polri.go.id/news) Polres Kota Tasik:

“Opini masyarakat saat ini lebih banyak melihat Polri lebih kepada kekurangannya, jadi Polri sekarang punya gelar SS (Selalu Salah). Inilah tugas kita saat ini. Bagaimana masyarakat bisa melihat pekerjaan-pekerjaan, seperti evakuasi mayat yang sudah membusuk, pengungkapan pencurian-pencurian, serta begal yang membahayakan, dan lain-lain. Tidak sedikit juga anggota kita yang jadi korban. Nah, hal-hal seperti ini masyarakat kurang mengetahui,” ungkap Kapolda Jawa Barat.

(<https://www.tribatanewspolrestasikkota.com/kapolda-jabar-mari-kita-hilangkan-citra-polisi-ss/>, diakses pada 6 Januari 2018 Pukul 18.36 WIB).

Berdasarkan data pra penelitian diatas peneliti mencermati bahwa selalu salah disini diartikan dengan apapun yang polisi lakukan citra polisi tetaplah tidak baik dimata masyarakat. Citra polisi yang kurang baik tetap melekat walaupun

polisi sudah memberantas kejahatan, melayani masyarakat dan bertanggung jawab pada tugasnya. Padahal ada juga anggota kepolisian yang menjadi korban saat menjalankan tugas dan tak sedikit anggota kepolisian yang mengorbankan dirinya demi masyarakat. Kepolisian ingin merubah paradigma masyarakat yang melihat kepolisian dari sisi kekurangannya, menilai selalu salah, cenderung negatif dan kurang responsif terhadap peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat, dengan adanya *Cyber Public Relations* diharapkan optimalisasi dalam menyebarluaskan prestasi dan informasi terkait hal-hal yang berhubungan antara penegak hukum (polisi) dengan masyarakat. *Cyber Public Relations* menjadi tumpuan utama pihak kepolisian dalam merubah paradigma negatif yang ada di masyarakat melalui media yang mudah terhubung dengan masyarakat salah satunya *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id).

Kepolisian mendapatkan citra yang buruk dalam pandangan masyarakat, dikarenakan tidak terbukanya informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh kepolisian. Oleh karena itu dengan adanya perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini, Polda Jawa Barat memanfaatkan *Cyber Space* untuk lebih mendekat lagi pada masyarakat, karena kepolisian dan masyarakat saling bergantung satu sama lain, seperti yang peneliti kutip dari berita di *website* harian terbit:

"Citra polisi yang baik memang harus dibangun. Kalau tidak dibangun tidak dituliskan, tidak ditayangkan atau tidak di publikasi nanti bahaya. Kalau citra polisi buruk, sudah tidak ada lagi yang mau jadi polisi," ujar Martinus dalam kegiatan Workshop Hubungan Polri dan Media, di Lido Lakes Resort, Jumat (29/9/2017). (<http://nasional.harianterbit.com/nasional/2017/09/30/87666/0/25/Bersama-Media-Polri-Perbaiki-Citra-Polisi>), Diakses pada tanggal 8 Januari 2018 pukul 19.08).

Berdasarkan data pra penelitian diatas, peneliti mencermati ketika peran *Cyber Public Relations* tidak optimal dalam menjalankan pembuatan opini publiknya maka berimbas kepada hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian. Polda Jawa Barat memanfaatkan dengan baik keberadaan internet dan mengimplementasikan *Cyber Public Relations*. *Website* Polda Jabar ini memuat konten-konten yang berisikan informasi-informasi, berita dan kegiatan Polda Jawa Barat secara *up to date* supaya kebutuhan informasi masyarakat tentang Polda Jawa Barat terpenuhi dan Polda bisa mempertahankan citra di mata masyarakat.

[Tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) News memuat konten-konten seperti informasi tentang Bimkam, Reskrim, Lantas, Brimob, Giat OPS, Polisi Kita, Polres dan [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) tv. Tak hanya konten-konten tersebut, Polda Jawa Barat menghubungkan *website* tersebut dengan *channel* Youtube sebagai salah satu cara Polda Jawa Barat untuk menarik minat masyarakat bahwa berita yang disampaikan pada *website* tersebut tidak hanya seputar kegiatan Polda Jawa Barat, melainkan pada hiburan yang ditampilkan pada *website* melalui *Chanel Youtube* tersebut. Dari upaya tersebut *Website* Polda Jawa Barat banyak dikunjungi oleh masyarakat, dilihat dari hasil data pra observasi yang peneliti lakukan melalui *website* bahwa *Website* [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) memiliki peningkatan pengikut dilihat sejak Bulan September yang memiliki *visitors* sebanyak 7.889 orang, bisa meningkat menjadi 9.354 orang pada Bulan Desember. Artinya, pengelolaan *website* yang dilakukan oleh Humas Polda Jawa Barat dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi *website* tersebut.

Meningkatnya jumlah pengunjung dalam *website* tersebut dari hari ke hari menggambarkan bahwa penyampaian informasi melalui penggunaan *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) dirasa penting oleh masyarakat karena dengan adanya informasi tersebut dapat memberikan informasi kepada masyarakat adanya kegiatan Polda dan upaya Polda. Salah satunya seperti berita yang di *upload* oleh *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) yang memberitahukan kegiatan-kegiatan kepolisian:

Minggu (31/12/2017) Dinginnya udara malam tidak menghalangi Kapolda Jabar dan rombongan untuk melindungi, mengayomi dan melayani masyarakat dengan melaksanakan patroli dengan menggunakan sepeda motor di wilayah Kota Bandung dalam rangka Operasi Lilin Lodaya 2017. Dalam kesempatan ini pula Kapolda Jabar Irjen Pol Drs. Agung Budi Maryoto, M.Si mengecek dan meninjau langsung kesiapsiagaan Pos Pengamanan Natal dan Tahun Baru 2018 di wilayah Kota Bandung. Dan Kapolda Jabar juga membagi-bagi makanan kepada warga masyarakat disekitar Pos Pengamanan wilayah Polsek Sumur Bandung. ([tribratanews.jabar.polri.go.id/news.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id/news.jabar.polri.go.id), Malam Tahun Baru Kapolda Jabar Bagi-bagi Makanan Gratis untuk Warga, <https://tribratanews.jabar.polri.go.id/malam-tahun-baru-kapolda-jabar-bagi-bagi-makanan-gratis-untuk-warga/>) diakses pada tanggal 7 Januari 2018 pukul 20.01).

Seluruh kegiatan tersebut merupakan salah satu bentuk nyata dari Humas Polda Jawa Barat dalam mengelola *Website* untuk membentuk dan meningkatkan citra lembaga di mata masyarakat. Banyaknya kegiatan-kegiatan nyata dan banyaknya potensi-potensi yang dikembangkan oleh Polda Jawa Barat lalu di publikasikan di *Website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) menjadikan eksistensi dan citra Polda Jawa Barat menjadi lebih baik. Berdasarkan hasil data pra penelitian dari data wawancara dengan salah seorang anggota masyarakat yang bernama Lydia yang menanggapi adanya *Website* Polda [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) yaitu:

“Jadi menurut saya dengan adanya *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) polda jabar itu dapat membantu orang-orang awam orang-orang yang membutuhkan informasi tentang polda bisa membuka di *website* tersebut, kita juga tahu bahwa polisi ga cuma bisa nilang, jadi kita selaku mahasiswa terbantu dengan adanya *website* jadi ga harus cari cape-cape nunggu di berita televisive kalo butuh berita tentang misalnya penculikan atau berita terbaru saat ini, atau kita ada tugas untuk meneliti atau analisis berita kita ga harus nunggu berita di tv dengan adanya *website* dari polda itu dapat sangat membantu kita apalagi *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) itu bagus dan beritanya *up to date* jadikan kita itu nyari berita itu enak da soalnya *update* terus”. (28 Desember 2017)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, peneliti mencermati bahwa dengan adanya *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) keberhasilan peningkatan citra Polda Jawa Barat di mata masyarakat berhasil menunjukkan kemajuan, karena masyarakat bisa lebih mengetahui apa saja yang dilakukan oleh kepolisian dan kepolisian bisa membantu masyarakat mengetahui berita-berita ter-*up to date* dari instansi kepolisian yang selama ini susah untuk diketahui oleh masyarakat umum karena pada saat ini Polda Jawa Barat berusaha untuk lebih terbuka kepada masyarakat. *Cyber Public Relations* mempunyai peranan dalam hal tersebut dan itu menjadi salah satu bukti dari peran *Cyber Public Relations* yang berpotensi dalam merubah opini yang selama ini cenderung negative terhadap kepolisian dan lebih efektifnya penyebarluasan informasi perihal aktifitas yang dilakukan kepolisian yang lebih memberikan sifat keterbukaan atau transparansi kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pendekatan kualitatif deskriptif. Studi kasus bertujuan untuk mengetahui secara langsung dan mendalam mengenai sebuah kasus. Studi kasus menggambarkan mengenai pengelolaan *Cyber Public Relations*, sebagaimana pemaparan diatas, pengelolaan *Cyber Public*

*Relations* sangatlah penting karena pada saat ini keterbukaan informasi menjadi perlu dilakukan supaya masyarakat bisa melihat kegiatan-kegiatan kepolisian dan merubah pandangan negative masyarakat terhadap kepolisian.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme yang mengungkapkan bahwa pengetahuan manusia terhadap suatu hal merupakan hasil pemaknaan dan kontruksi dirinya sendiri serta tidak dapat digeneralisasikan dengan pemikiran orang lain, dalam hal ini penulis hanya menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif mengenai kondisi sebenarnya dari objek yang diteliti.

## **1.2 Perumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu “Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra (Studi Kasus pada Website [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat).

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana kegiatan pengelola *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat dalam menentukan masalah (*Defining Public Relations Problem*) pada Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra?
2. Bagaimana pengelola *website* merencanakan dan memprogram (*Planning and Programming*) kegiatan *Cyber Public Relations* Polda Jawa Barat dalam Meningkatkan citra melalui Website [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat?

3. Bagaimana pengelola *website* melaksanakan dan mengkomunikasikan kegiatan *Cyber Public Relations* Polda Jawa Barat dalam Meningkatkan citra melalui Website [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat?
4. Bagaimana evaluasi (*Evaluating the Program*) kegiatan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra Lembaga melalui Website [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat?

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi kasus dalam meneliti kegiatan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra Lembaga pada *Website* [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.

Tujuan penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui kegiatan pengelola *website* [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat dalam menentukan masalah (*Defining Public Relations Problem*) pada Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengelola *website* merencanakan dan memprogram (*Planning and Programming*) kegiatan *Cyber Public Relations* Polda Jawa Barat dalam Meningkatkan citra melalui Website [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengelola *website* melaksanakan dan mengkomunikasikan kegiatan *Cyber Public Relations* Polda Jawa Barat dalam Meningkatkan citra melalui Website [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.

4. Untuk mengetahui evaluasi (*Evaluating the Program*) kegiatan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra Lembaga melalui Website [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan penelitian, pemikiran, dan ide baru baru serta sarana untuk memahami ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *Cyber Public Relations* yang didasarkan pada studi kasus yang dapat mendeskripsikan mengenai bagaimana mengelola *Cyber Public Relations* pada *Website* Polda Jabar sebagai salah satu upaya menjalin hubungan baik dengan masyarakat, penyebaran informasi dengan media *online* dan meningkatkan citra lembaga. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang *Cyber Public Relations* yang berbasis pada pendekatan studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

#### **a) Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan**

Memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya *Cyber Public Relations* berfokus pada Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra pada *website* Polda Jawa Barat dan mengetahui penerapan studi kasus pada kegiatan *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh humas, sehingga menghasilkan tujuan penyampaian kegiatan *Cyber Public Relations* bagi staf dan karyawan perusahaan.

**b) Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa**

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep *Public Relations* befokus pada Pengelolaan *Cyber Public Relations* pada *Media Relations* dan meningkatkan keterampilan, pemahaman serta kesadaran akan pentingnya peranan Humas untuk mempublikasikan segala kegitannya untuk menjalin hubungan dengan masyarakat.

**c) Kegunaan Penelitian bagi Penulis**

Penulis mendapatkan pengalaman sehingga penulis dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuain antara teori dan praktek serta penerapan tentang Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan Citra pada website Polda Jawa Barat di lapangan.

**1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan peneliti dengan terjun langsung ke lapangan dan memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan ketrampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam dengan mengetahui upaya Humas Polda Jawa Barat dalam Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan Citra pada website Polda Jawa Barat diharapkan dapat digunakan untuk merancang program kerja Humas yang sesuai dengan kepentingan perusahaan dan dengan mengetahui tantangan serta peluang Humas Polda Jawa Barat dalam Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan Citra pada website Polda Jawa Barat dapat

digunakan sebagai pedoman dalam menjalin hubungan yang baik sehingga dapat membentuk citra perusahaan yang baik di mata masyarakat.

**a) Kegunaan Penelitian Bagi Lembaga**

Penerapan konsep Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan Citra pada website Polda Jawa Barat diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya peranan Humas untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

**b) Kegunaan Penelitian Bagi Karyawan dan Pimpinan**

Aplikasi yang diterapkan oleh Praktisi Humas di lapangan diharapkan dapat meningkatkan dan memperhatikan konsep Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan Citra pada website Polda Jawa Barat dengan memperhatikan langkah-langkah berkomunikasi dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

**c) Kegunaan Penelitian Bagi Peneliti**

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan Citra pada website Polda Jawa Barat. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui pentingnya menjalin hubungan baik dengan media.

## **1.6 Landasan Pemikiran**

Landasan pemikiran bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, landasan pemikiran berisikan tentang data-data

sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

### **1.6.1 Penelitian Terdahulu**

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki ketertkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Inez Gabrina dan Suharyanti, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie Tahun 2015. Penelitian ini berbentuk Jurnal berjudul Analisis Strategi *Cyber Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg (Studi Kasus pada Kompetisi Blog Kompasianan Oleh Pertamina.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sosialisasi LPG 12 Kg melalui strategi *Cyber PR* sudah cukup strategis dan memicu respon positif masyarakat, terbukti dari intensitas gejolak pada public yang sudah jauh berkurang.

Perbedaan penelitian Inez Gabrina dan Suharyanti dengan peneliti terletak pada tujuan penelitiannya. Penelitian Inez Gabrina dan Suharyanti yaitu untuk

mengetahui latar belakang dipilihnya *Cyber Public Relations* sebagai salah satu strategi sosialisasi, proses perencanaan dan pelaksanaan strategi *Cyber Public Relations* khususnya kompetisi Blog Kompasiana, serta mengetahui bagaimana respon public terhadap kebijakan kenaikan harga LPG 12 Kg setelah pelaksanaan Kompetisi Blog Kompasiana. Sedangkan pada peneliti untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan *Cyber Public Relations* melalui *Website* Polda Jawa Barat.

Kedua, Penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Tahun 2010. Penelitian ini berbentuk jurnal dan 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](http://humas.polri.go.id) sebagai implementasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik).

Hasil Penelitian ini 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 ublic 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](http://humas.polri.go.id) ini masih perlu ditingkatkan, mengingat masih ada hal-hal yang harus diperbaiki seperti, meningkatkan kualitas SDM Pengelola *Website*, mempercantik tampilan

Website, melengkapi menu-menu dalam website sampai memperbaiki *protections system*.

Perbedaan penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan dengan peneliti terletak pada pendekatan dan tujuan penelitiannya. Penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan menggunakan pendekatan Deskriptif sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan studi kasus dan tujuan penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan karena melihat hal yang unik dari web [humas.polri.go.id](http://humas.polri.go.id) yang dikelola oleh divisi Humas Polri. Sedangkan pada peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan *Cyber Public Relations* melalui Website Polda Jawa Barat.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Demas Agil, mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie Tahun 2016. Penelitian ini berbentuk skripsi dan berjudul Strategi Pengelolaan *Website* sebagai Media PR 2.0 Racing4.Net.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi pengelolaan websitesebagai media PR 2.0 di [Racing4.net](http://Racing4.net), khususnya dalam membangun keterbukaan komunikasi, informasi, mengoptimalkan sistem kontrol, menciptakan *insight*, konten berkualitas, serta meningkatkan ketertarikan dan keterlibatan para pengunjung.

Perbedaan penelitian Demas Agil terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian, penelitian Demas Agil ini menggunakan pendekatan Deskriptif sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan Studi Kasus dan bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pengelolaan Website sebagai

media PR 2.0 di Racing4.net sedangkan pada peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan *Cyber Public Relations* melalui *Website* Polda Jawa Barat.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Maylani Fitri Nur Imami, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga Tahun 2016. Penelitian ini berbentuk Skripsi dan berjudul *Aktivitas Cyber Public Relations Pada Media Sosial PT. Telekomunikasi Selular Dalam Membangun Customer Engagement*, dengan pendekatan Kualitatif Deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Cyber Public Relation* PT. Telekomunikasi Selular melalui media sosial menerapkan aktivitas *Complain Handlin*, promosi, pengelolaan isu, penyusunan program acara (*events*)serta publikasi dalam membangun *Costumer Engagement. Tools* yang digunakan dalam aktivitas *Cyber Public Relations*-nya adalah *Fecebook* dan *Twitter*. Selain itu aktivitas *Cyber Public Relations* PT. Telekomunikasi Selular dalam membangun *Costumer Engagement* belum digunakan dalam setiap Proses *Engagement*.

Perbedaan penelitian Maylani Fitri Nur Imami dengan peneliti terletak pada pendekatan dan tujuan penelitian. Pendekatan penelitian Maylani Fitri Nur Imami adalah Deskriptif sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan Studi Kasus dan penelitian Maylani Fitri Nur Imami bertujuan untuk mengetahui apa saja aktivitas *Cyber Public Relations* PT. TELEKOMUNIKASI Selular serta bagaimaiman *Cyber PR* dalam membangun *Costumen Engagement* sedangkan pada peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan *Cyber Public Relations* melalui *Website* Polda Jawa Barat.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Firman Irwansah Pertama, mahasiswa Ilmu Komunikasi Prodi *Public Relations* Universitas Islam Bandung Tahun 2015. Penelitian ini berbentuk jurnal dan berjudul *Aktivitas Cyber Public Relations RS Advent Bandung (Studi Deskriptif dengan Data Kualitatif Mengenai Tahapan Proses Operasional Cyber Public Relations RS Advent Bandung)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Media Relations* dan *Public Relations* yang dilakukan oleh *Public Relations* Hotel Ibis Solo dalam meningkatkan Citra nya ialah *good will, trust*, dan keterbukaan. Dan bentuk *Media Relations* yang dilakukan hotel Ibis solo meliputi *press release, media gathering, press conference, media visit*. Serta pendekatan *media relations* yang diterapkan PR hotel Ibis yaitu senantiasa menjalin hubungan kedekatan personal dengan insan media terutama para wartawan, yakni melalui telepon atau pun sms, dan menggunakan jejaring sosial *facebook* atau pun *whatsapp*, serta menjalin hubungan secara terus-menerus dan berkelanjutan, selain itu juga memberikan kemudahan dan keterbukaan akan informasi dalam setiap peliputan serta menyediakan fasilitas bagi rekan media.

Perbedaan penelitian Firman Irwansah terdapat pada pendekatan dan tujuan penelitiannya. Penelitian Firman Irwansah bertujuan memakai pendekatan Deskriptif Kualitatif, sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian Firman Irwansah untuk mengetahui atau mengkaji aktivitas tahapan proses operasional *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh RS

Advent Bandung, sedangkan pada peneliti untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan *Cyber Public Relations* melalui *Website* Polda Jawa Barat.

### Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan Penelitian yang dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Inez Gabrina dan Suharyanti (2015)	Analisis Strategi <i>Cyber Public Relations</i> PT. Pertamina (Persero) untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg (Studi Kasus pada Kompetisi Blog Kompasiana oleh Pertamina)	Studi Kasus Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sosialisasi LPG 12 Kg melalui strategi <i>Cyber PR</i> sudah cukup strategis dan memicu respon positif masyarakat, terbukti dari intensitas dan gejala public yang sudah jauh berkurang.	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam Meningkatkan Citra pada <i>Website</i> Polda Jawa Barat	Perbedaan penelitian Inez Gabrina dan Suharyanti dengan peneliti terletak pada tujuan penelitiannya. Penelitian Inez Gabrina dan Suharyanti yaitu untuk mengetahui latar belakang dipilihnya <i>Cyber Public Relations</i> sebagai salah satu strategi sosialisasi, proses perencanaan dan pelaksanaan strategi <i>Cyber Public Relations</i> khususnya kompetisi Blog Kompasiana, serta mengetahui bagaimana respon public terhadap kebijakan kenaikan harga LPG 12 Kg setelah pelaksanaan Kompetisi Blog Kompasiana. Sedangkan pada peneliti untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> melalui <i>Website</i> Polda Jawa Barat.

<p>Yuliawati dan Enjang Pera Irawan (2010)</p>	<p>Peran <i>Cyber Public Relations</i> Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online (Studi Deskriptif tentang penerapan Peran <i>Cyber Public Relations</i> dalam mengelola <i>Website</i> <a href="http://humas.polri.go.id">humas.polri.go.id</a> sebagai implementasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik)</p>	<p>Studi Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Peran Divisi Humas Polri dalam menjalankan aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> lebih dominan pada peran Divisi <i>Technician Communication</i> dan <i>Facilitator Communication</i>. Namun, peran <i>Expert Preciber Communication Problem and Solving Process Facilitator</i> tetap ada, walaupun tidak begitu dominan. Penerapan konsep <i>Cyber Public Relations</i> merupakan bentuk komitmen Polri dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, sekaligus dukungan terhadap pelaksanaan UU Keterbukaan Informasi Publik. Kualitas layanan Humas Polri melalui media <i>Website</i> <a href="http://humas.polri.go.id">humas.polri.go.id</a> ini masih perlu ditingkatkan, mengingat masih ada hal-hal yang harus diperbaiki seperti, meningkatkan kualitas SDM</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam Meningkatkan Citra pada <i>Website</i> Polda Jawa Barat</p>	<p>Perbedaan penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan dengan peneliti terletak pada pendekatan dan tujuan penelitiannya. Penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan menggunakan pendekatan Deskriptif sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan studi kasus dan tujuan penelitian Yuliawati dan Enjang Pera Irawan karena melihat hal yang unik dari web <a href="http://humas.polri.go.id">humas.polri.go.id</a> yang dikelola oleh divisi Humas Polri. sedangkan pada peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> melalui <i>Website</i> Polda Jawa Barat.</p>
--	---	------------------------------------	--	---	---

			Pengelola Website, mempercantik tampilan Website, melengkapi menu-menu dalam website sampai memperbaiki <i>protections system</i> .		
Demas Agil (2016)	Strategi Pengelolaan <i>Website</i> sebagai Media PR 2.0 Racing4.Net	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi pengelolaan website sebagai media PR 2.0 di Racing4.net, khususnya dalam membangun keterbukaan komunikasi, informasi, mengoptimalkan system control, menciptakan <i>insight</i> , konten berkualitas, serta meningkatkan ketertarikan dan keterlibatan para pengunjung.	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam Meningkatkan Citra pada <i>Website</i> Polda Jawa Barat	Perbedaan penelitian Demas Agil terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian, penelitian Demas Agil ini menggunakan pendekatan Deskriptif sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan Studi Kasus dan bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pengelolaan Website sebagai media PR 2.0 di Racing4.net sedangkan pada peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> melalui <i>Website</i> Polda Jawa Barat.
Maylani Fitri Nur Imami (2016)	Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> Pada Media Sosial PT. Telekomunikasi Selular Dalam <i>Customer Engagement</i>	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa <i>Cyber Public Relation</i> PT. Telekomunikasi Selular melalui media sosial menerapkan aktivitas <i>Complain Handlin</i> ,	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam Meningkatkan	Perbedaan penelitian Maylani Fitri Nur Imami dengan peneliti terletak pada pendekatan dan tujuan penelitian. Pendekatan penelitian Maylani Fitri Nur Imami adalah Deskriptif sedangkan pada

			<p>promosi, pengelolaan isu, penyusunan program acara (<i>events</i>) serta publikasi dalam membangun <i>Costumer Engagement Tools</i> yang digunakan dalam aktivitas <i>Cyber Public Relations</i>-nya adalah <i>Facebook</i> dan <i>Twitter</i>. Selain itu aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> PT. Telekomunikasi Selular dalam membangun <i>Costumer Engagement</i> belum digunakan dalam setiap Proses <i>Engagement</i>.</p>	<p>Citra pada <i>Website</i> Polda Jawa Barat</p>	<p>peneliti menggunakan pendekatan Studi Kasus dan penelitian Maylani Fitri Nur Imami bertujuan untuk mengetahui apa saja aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> PT. TELEKOMUNIKASI Selular serta bagaimaiman <i>Cyber PR</i> dalam membangun <i>Costumen Engagement</i> sedangkan pada peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> melalui <i>Website</i> Polda Jawa Barat.</p>
<p>Firman Irwansah (2015)</p>	<p>Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> RS Advent Bandung</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan ada empat tahap dalam Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> di RS Advent Bandung, yaitu Tahap <i>Defining Public Relations Problem</i>. Pada tahap ini, praktisi <i>Public Relations</i> berupaya mencari dan mengumpulkan data dalam bentuk opini, sikap dan perilaku public terhadap perusahaan. Lalu, tahap <i>Planning and</i></p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti mengenai Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam Meningkatkan Citra pada <i>Website</i> Polda Jawa Barat</p>	<p>Perbedaan penelitian Firman Irwansah terdapat pada pendekatan dan tujuan penelitiannya. Penelitian Firman Irwansah bertujuan memakai pendekatan Deskriptif Kualitatif, sedangkan pada peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Dan Penelitian Firman Irwansah untuk mengetahui atau mengkaji aktivitas tahapan proses operasional <i>Cyber Public Relations</i> yang dilakukan oleh</p>

			<p><i>Programming</i>, pada tahap ini perencanaan</p> <p>Pada tahap perencanaan program kerja, PRO RS Advent Bandung merumuskannya dalam tahapan program kerja. Lalu, Tahap <i>Taking Actions and Communicating</i>. Pada tahap ini PRO RS Advent Bandung menekankan pada tiga hal, yaitu : 1) <i>The Action Component of strategy</i>, 2) <i>The communication component of strategy</i>, 3) <i>Implementing the strategy</i>. Dan terakhir Tahap <i>Evaluating the Program</i> Terakhir, pada tahap evaluating the program penulis menganalisis dengan mengacu terhadap empat macam tahapan evaluasi yaitu evaluasi mengukur keberhasilan, evaluasi manfaat, evaluasi kekurangan, evaluasi perbaikan.</p>	<p>RS Advent Bandung, sedangkan pada peneliti untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> melalui <i>Website</i> Polda Jawa Barat.</p>
--	--	--	---	---

### Tabel 1.1

Sumber :  
Hasil Olahan Peneliti

#### 1.6.2 Landasan Konseptual

Konseptual membutuhkan sebuah landasan untuk mendasari berjalannya suatu penelitian, termasuk penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan memetakan bahan-bahan pendukung penelitian melalui landasan konseptual. Landasan konseptual merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

Penelitian ini berawal dari fenomena yang muncul dan memiliki kesan yang cukup kuat. Praktisi Humas memang identik dengan memiliki banyaknya relasi demi meningkatkan reputasi bagi lembaga atau perusahaannya dan bisa meningkatkan citra lembaganya terkait sebuah isu serta terjalinnya hubungan yang baik dengan masyarakat, salah satunya dengan *Cyber Public Relations*, karena jika dikaji lebih lanjut, praktisi Humas ialah ujung tombak sebuah lembaga atau perusahaan, yang akan memberikan informasi-informasi kepada masyarakat terkait lembaga atau perusahaan yang diwakilinya, dengan demikian diperlukan kegiatan yang tepat yang dilakukan oleh praktisi Humas untuk menjali hubungan yang baik dengan masyarakat, agar tetap terjaga eksistensi lembaga atau perusahaan tersebut dengan memuat berita yang positif.

*Cyber Public Relations* merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh Humas di sebuah lembaga atau perusahaan guna membuat hubungan baik dengan masyarakat dengan media *online* yang saat ini sedang berkembang dan

meningkatkan reputasi untuk mencapai tujuan bersama lembaga atau perusahaan yang diwakilinya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus digunakan sebagai penompang permasalahan yang diangkat mengenai Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra Lembaga melalui Website [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.

### **1). *Four Step Public Relations***

Melaksanakan kegiatan *Public Relations* atau kehumasan, seorang praktisi Humas diharuskan memahami teori Manajemen dalam melaksanakan kegiatan tersebut demi menunjang keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, dalam Manajemen ada teori dari George R. Terry yang menjelaskan tentang POAC. Teori Manajemen tersebut oleh peneliti ilmu komunikasi dijabarkan kepada Proses *Public Relations* adapun seperti dikatakan *Cultip* dan *Center* (dalam Kasali dan Abdurachman) proses *Public Relations* sepenuhnya mengacu pendekatan manajerial, bahwa *Public Relations* adalah kegiatan dimana proses kegiatannya melalui 4 tahap (Abdurachman, 2001 :31), yakni :

#### **1. *Defining Public Relations Problem* (Pengumpulan Data)**

Sebuah proses untuk mengenali dan mendefinisikan masalah yang dihadapi oleh organisasi sebagai dasar acuan untuk penyusunan langkah selanjutnya bagi *Public Relations* sebagai masukan kebijakan bagi pihak manajemen.

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

Perencanaan merupakan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang dihadapi ke dalam bentuk rencana tindakan atau pemecahannya. Perencanaan *Public Relations* merupakan suatu proses berkesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

## 3. *Action and Communicating* (Pelaksanaan Program dan Pengkomunikasian)

Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi sebagai langkah nyata pemecahan masalah *Public Relations* yang dihadapi. Setelah mengumpulkan fakta dan menetapkan rencana.

## 4. *Evaluating* (Evaluasi/Penilaian)

Suatu tahapan yang dilaksanakan untuk menentukan atau memperlihatkan nilai suatu program termasuk pengelolaan maupun hasil atau dampak pelaksanaannya. Melalui evaluasi, *Public Relations* akan mengetahui faktor-faktor yang menjadi kegagalan ataupun keberhasilan suatu program, sehingga dapat ditentukan langkah-langkah selanjutnya yang seharusnya dilakukan.

Suatu kegiatan dapat dikatakan berjalan dengan lancar atau tidak, dapat dilihat dari konsep perencanaan sebelum kegiatan tersebut dilaksanakan, apakah sesuai dengan rancangan sebelumnya atau tidak, dan diadakannya evaluasi untuk

melihat dan menilai apa yang telah dihasilkan dalam kegiatan yang telah dilakukan tersebut.

Proses *Public Relations* dalam prakteknya berlangsung secara berkesinambungan, sehingga tidak tampak kapan dimulainya perencanaan, kapan dimulainya penilaian, sebab sebelum penilaian berakhir telah dimulai pula dengan penelitian untuk mencari fakta. Tidak jarang terjadi perubahan suatu program yang telah direncanakan, dan memang setiap program dalam tahap perencanaan fleksibel, tidak kaku demi kelancaran kegiatan yang dilakukan.

## 2). *Cyber Public Relations*

*Electronic Public Relations* (E-PR) adalah inisiatif *Public Relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Di Indonesia inisiatif PR ini lebih dikenal dengan istilah *Cyber Public Relations*. Jika diuraikan, dalam bukunya Onggo, (2004: 2-3) E-PR dapat diartikan E adalah *electronic*, e di dalam E- PR sama halnya dengan e sebelum kata mail atau *commerce* yang mengacu pada media elektronik internet. P adalah *public*, *Public* disini mengacu bukan hanya pada publik, namun pasar konsumen. R adalah *relations*, *relations* merupakan hubungan yang harus dipupuk antara pasar dan bisnis anda. Itulah kunci kepercayaan pasar agar suatu bisnis berhasil.

Manfaat *Cyber Public Relations* menurut Onggo (2004:4-5), seorang praktisi *Public Relations* dapat memanfaatkan potensi-potensi besar seperti Komunikasi konstan, respon yang cepat, pasar global, Interaktif, Komunikasi Dua Arah dan Hemat.

Kegiatan *Public Relations* telah muncul sarana dan prasarana baru yang mendukung aktivitas *Cyber Public Relations*, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya namun ada sarana yang terbaru yaitu jejaring sosial yang menjadi sarana populer juga cukup diperhitungkan keefektifannya di masa sekarang. Seperti: *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube* dan lain sebagainya.

### 3). *Website*

Ada beberapa perbedaan dalam penulisan dari terminologi *website*. Walaupun “website” sudah secara umum dipakai, namun untuk Associated Press Stylebook, Reuters, Microsoft, Academia, dan kamus-kamus yang ada, penulisan yang mereka pakai adalah dengan menggunakan 2 kata, yaitu web site. Hal ini karena “web” bukanlah terminology umum, namun kependekan dari *World Wide Web*. Berikut pengertian *website* menurut wikipedia: “A *website (or Web site)* is a collection of web pages. A web page is a document, typically written in HTML, that is almost always accessible via HTTP, a protocol that transfers information from the website’s server to display in the user’s web browser”.

Terjemahan bebasnya, *website (web site)* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada didalam *World Wide Web (WWW)* di internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman-halaman dari *website* akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *homepage*. URL mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

#### 4.) Citra

Jefkins menyebutkan bahwa “*an image is impression gained according to knowledge and understanding of facts. Wrong or incomplete can result in imperfect image*” (Ardianto, 2010: 98) atau citra adalah kesan seseorang atau individu berdasarkan pengetahuan dan pengalaman, yang apabila terdapat kesalahan akan berdampak pada ketidaksempurnaan citra. Sutisna dalam Ardianto (2010: 99) mengemukakan bahwa *image* adalah realitas, oleh karena itu, program pengembangan dan perbaikan citra harus didasarkan pada realitas, jika citra tidak sesuai dengan realitas dan kinerja kita tidak baik itu adalah kesalahan kita dalam berkomunikasi. Apabila citra sesuai dengan realitas dan merefleksikan kinerja yang buruk, itu berarti kesalahan kita dalam mengelola organisasi.

Citra merupakan gambaran/pandangan seseorang terhadap sebuah lembaga/perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan kesan baik dari publik internal maupun publik eksternal. Karenanya untuk mendapatkan citra yang diinginkan oleh manajemen perusahaan, ada beberapa jenis citra menurut Jefkins dalam Ardianto (2010: 100), diantaranya:

1. Citra bayangan (*mirror image*), yaitu citra yang melekat pada orang dalam atau organisasi, biasanya adalah pemimpinnya, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*current image*), ini adalah kebalikan dari citra bayangan, citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak – pihak luar mengenai suatu organisasi.
3. Citra yang diharapkan (*wish image*), adalah citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra sebenarnya.
4. Citra perusahaan (*corporate image*) adalah citra organisasi secara keseluruhan.
5. Citra majemuk (*multiple images*) adalah banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.

Citra tidak dapat dilihat namun dapat dirasakan baik atau buruk, positif atau negatif. Pandangan tersebut berasal dari publik internal maupun eksternal perusahaan. Citra yang baik akan menguntungkan bagi suatu perusahaan, begitu pula sebaliknya. Pentingnya *image* perusahaan atau organisasi untuk keluar dari pandangan negatif dan lebih membangun citra positif untuk keuntungan perusahaan.

## **1.7 Langkah Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah Polda Jawa Barat yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta No. 748, Cimenerang, Gedebage, Kota Bandung Jawa Barat. Objek penelitian yaitu Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra (Studi Kasus pada *Website* [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat) yang menjadi sub ordinat dari Humas Polda Jawa Barat.

### **1.7.2 Paradigma Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivistik ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivistik ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutic. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradig positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang bias dilakukan oleh kaum positivis.

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusi secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mere, baik itu melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat

dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Weber juga melihat bahwa tiap individu akan memberikan pengaruh dalam masyarakatnya.

Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interaksi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

### **1.7.3 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini pun, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan Kualitatif, yakni menggali data tentang Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra Lembaga melalui Website [tribrataneews.jabar.polri.go.id](http://tribrataneews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat. Data yang terkumpul diklasifikasikan dan ditafsirkan isinya secara aplikatif sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2010) didalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, menjelaskan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat

induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses komunikasi informal yang berlangsung serta gaya kepemimpinan yang diterapkan.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan fakta lapangan dengan wawancara mendalam dan observasi lapangan. Wawancara dan observasi lapangan digunakan oleh peneliti karena peneliti ingin mengetahui seperti apa Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan citra Lembaga melalui Website [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.

#### 1.7.4 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus *Creswell*. Studi kasus merupakan metode pengumpulan data secara komprehensif yang meliputi aspek fisik dan psikologis individu, dengan tujuan memperoleh pemahaman secara mendalam.

“Studi kasus adalah suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integrative dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik” (Rahardjo 2011: 250).

Penelitian studi kasus menekankan terhadap suatu obyek penelitian yang disebut sebagai ‘kasus’. Pengertian penelitian studi kasus dibagi menjadi dua kelompok, menurut kelompok pertama studi kasus merupakan penelitian yang dilakukan terhadap obyek atau sesuatu yang harus diteliti secara menyeluruh, utuh dan mendalam, dengan kata lain kasus yang diteliti harus dipandang sebagai objek yang berbeda dengan objek penelitian pada umumnya. Menurut kelompok kedua memandang bahwa penelitian studi kasus adalah sebuah metoda penelitian yang

dibutuhkan untuk meneliti atau mengungkapkan secara utuh dan menyeluruh terhadap ‘kasus’. Meskipun tampaknya hampir sama dengan kelompok yang pertama, kelompok ini berangkat dari adanya kebutuhan metoda untuk meneliti secara khusus tentang obyek atau ‘kasus’ yang menarik perhatian untuk diteliti.

Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus karena pada penelitian ini meneliti secara mendalam mengenai kegiatan *Cyber Public Relations* melalui *Website* Polda Jawa Barat, melihat bagaimana cara pengelolaan, proses, manfaat, hambatan hingga langkah mengatasi hambatan yang dilakukan oleh Humas Polda Jabat dalam pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra Lembaga melalui Website [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.

#### **1.7.5 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma konstruktivistik yang melahirkan metode penelitian Studi Kasus dengan pendekatan Kualitatif Deskriptif, dengan begitu jenis data yang digunakan adalah data deskriptif hasil wawancara dengan narasumber/informan.

Jenis data yang digunakan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yaitu :

1. Data mengenai bagaimana kegiatan pengelola *website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat dalam menentukan masalah (*Defining Public Relations Problem*) untuk informasi kepolisian ke masyarakat.

2. Data mengenai bagaimana pengelola *website* merencanakan dan memprogram (*Planning and Programming*) kegiatan *Cyber Public Relations* melalui *Website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.
3. Data mengenai bagaimana pengelola *website* melaksanakan dan mengkomunikasikan (*Taking Action and Communicating*) kegiatan *Cyber Public Relations* melalui *Website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat.
4. Data mengenai evaluasi (*Evaluating the Program*) kegiatan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan citra Lembaga melalui *Website* [tribratanews.jabar.polri.go.id](http://tribratanews.jabar.polri.go.id) Polda Jawa Barat

#### 1.7.6 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

##### a) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan (Bungin, 2001: 129). Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek dan hasil observasi. Data Primer dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jenis-jenis data yang pertama dengan sumber primer yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama pada penelitian ini adalah Pengelola *website* dan Staf Humas Polda Jawa Barat atau Karyawan Polda Jawa Barat yang pernah terlibat dalam pelaksanaan kegiatan *Cyber Public Relations*.

## b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Data yang dihasilkan dari sumber data ini adalah data sekunder. Data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkapkan data yang diharapkan, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan, atau data pelengkap sebagai bahan pembandingan (Bungin, 2001: 129).

Data sekunder merupakan data pendukung data primer yaitu data yang diperoleh dari literatur, buku-buku, dokumen, maupun referensi yang terkait dan relevan dengan penelitian ini. Sumber data sekunder menurut Sugiyono (2005) di dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya peneliti perlu melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

### 1.7.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1) Observasi Partisipatori Pasif

Observasi merupakan proses pengamatan yang menjadi pondasi dari segala ilmu pengetahuan, Nasution menjelaskan urgensi dari observasi yaitu:

Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data pun dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda- benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas (Sugiono, 2009: 226).

Observasi (pengamatan) secara langsung di lapangan diterapkan oleh peneliti dalam rangka memperoleh data dan fakta yang ada di lapangan. Peneliti mengamati pengelolaan *Cyber Public Relations* pada *website* [tribrataneews.jabar.polri.go.id](http://tribrataneews.jabar.polri.go.id).

Jenis observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipatori pasif, yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan guna memperoleh informasi berupa data dan fakta tetapi tidak terjun langsung dalam pengelolaan *Cyber Public Relations* pada *website* [tribrataneews.jabar.polri.go.id](http://tribrataneews.jabar.polri.go.id). Observasi partisipatori pasif dipilih karena kondisi peneliti yang tidak memungkinkan untuk turut serta dalam pengelolaan *Cyber Public Relations*, hal ini dikarenakan struktur organisasi pengelolaan *Cyber Public Relations* pada *website* [tribrataneews.jabar.polri.go.id](http://tribrataneews.jabar.polri.go.id) yang sudah terbentuk dan memiliki *ploting* yang jelas. Alasan lain yang mendasari pemilihan observasi partisipatori pasif ini dikarenakan peneliti ingin mendapatkan data dan fakta yang asli dan sesungguhnya sesuai dengan informasi yang bersumber dari pengalaman yang diperoleh objek penelitian yaitu Pengelola *website* dan Staf Humas Polda Jawa Barat atau Karyawan Polda Jawa Barat yang pernah terlibat dalam pelaksanaan kegiatan *Cyber Public Relations*.

## 2) **Wawancara**

Esterberg mendefinisikan wawancara sebagai “suatu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. respon yang ditunjukkan informan, baik dari mimik wajah maupun *gesture* tubuh” (Sugiyono, 2009: 231).

*Lincoln dan Guba* dalam Sanipah Faisal, mengemukakan 7 langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

- a. Menetapkan kepada siapa wawancara itu dilakukan
- b. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
- c. Mengawali atau membuka alur wawancara
- d. Melangsungkan alur wawancara
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
- f. Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
- g. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh (Sugiyono, 2009: 235)

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. “Wawancara mendalam (*intensive/ depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam” (Ardianto, 2010:178).

Teknik wawancara mendalam (*intensive/ depth interview*) ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh informasi secara holistik dari setiap informan hingga datanya menjadi jenuh atau hingga tidak ada lagi hal yang dapat ditanyakan dan informasi dirasa cukup untuk menggambarkan proses pengelolaan yang sebenarnya terjadi secara deskriptif.

#### **1.7.7.1 Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu metode penelitian fokus kompleks dan luas bersifat subjektif dan menyeluruh.

“Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain” (Sugiyono, 2011:244).

Menganalisis data merupakan sebuah proses dalam mencari data menyusun secara berurutan atau tersusun dari data yang didapat dari hasil wawancara, ataupun terjun langsung kelapangan supaya lebih mudah dalam memahami informasi yang didapat dan bisa menginformasikan kembali kepada orang lain dengan jelas.

Peneliti menganalisis data tersebut berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada Humas Polda Jawa Barat yang dituangkan kedalam sebuah tulisan. Hasil wawancara mendalam dengan Humas ini tidak akan ditambah atau dikurangi, akan tetapi dalam penjabarannya peneliti akan meng gambarkannya serta menafsirkannya berdasarkan hasil analisis peneliti.

Analisa data kualitatif dimulai dengan menganalisa berbagai data yang didapat peneliti dari lapangan yaitu berupa kalimat-kalimat atau pernyataan-pernyataan serta dokumen-dokumen, salah satu yang dianjurkan ialah mengikuti langkah seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Bungin (2001: 145) yaitu sebagai berikut:

#### **(1). Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini

berlangsung selama penelitian dilakukan, bermula dari awal sampai akhir periode penelitian.

Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan data, mengelompokkan data, memfokuskan temuan data pada hal-hal penting yang berkaitan dengan Pengelolaan Kegiatan *Cyber Public Relations* melalui *Website* Polda Jawa Barat, kemudian membuat rangkuman atau catatan memo sebagai dasar penyajian informasi data dan analisis selanjutnya.

Analisis secara menyeluruh terhadap hasil wawancara, kemudian peneliti melakukan penyusunan data dan menafsirkannya dengan menggunakan logika ilmiah, menghubungkan antara teori dan fakta yang terjadi serta memasukan kutipan-kutipan langsung dari para narasumber.

## **(2). Penyajian Data**

Sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk mengambil simpulan dan pengambilan data berupa tabel dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan mengambil simpulan dan saran yang tepat, oleh karena itu sajian datanya harus tertata secara baik.

Penyajian data dilakukan pada tahap ini oleh peneliti yaitu dengan menyusun sekumpulan informasi yang telah melalui tahapan reduksi tentang Pengelolaan Kegiatan *Cyber Public Relations* melalui *Website* Polda Jawa Barat menjadi suatu pernyataan yang memungkinkan penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Data kualitatif disajikan oleh peneliti dalam bentuk teks naratif, yang diklasifikasikan menurut isu dan kebutuhan analisis, pada langkah ini



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatma Media.
- George R terry. 1993. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions* : California.
- Firman Irwansyah, Nova Yulianti (2016). *Aktivitas Cyber Public Relations RS Advent Bandung*. No.1. Volume 2. Universitas Islam Bandung
- George R terry. 1993. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gita Aprianti E.B. Januari 2014. *Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Intitusi Pendidikan Tinggi Swasta*. The Messenger, Volume VI, Nomor 1. Universitas Semarang
- Herujito. Yayat. M. 2006. *Dasar-dasar Manajemen*. PT.Grasindo, Jakarta.
- Inez Gabrina dan Suharyanti. 2014. *Analisis Strategi Cyber Public Relations PT.Pertamina (Persero) untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg (Studi Kasus pada Kompasiana oleh Pertamina)*. Journal Communication Spectrum, Vol.3 No.2 Agustus 2013-Januari 2014. Universitas Bakrie
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution. 2006. *Metode Reseach (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT. Media Elex.  
Komputindo Gramedia Group.
- Rusdianto, Ujang. 2014. *Cyber CSR: A Guide to CSR Communications on Cyber Media*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Yuliawati dan Enjang Pera Irawan. 2016. *Peran Cyber Public Relations Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online (Studi Deskriptif tentang Penerapan Cyber Public Relations dalam Mengelola website humas.polri.go.id sebagai Implementasi Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik, Jurnal Politikom Indonesiana, Vol.1, No.1, Juli 2016. Universitas Mercu Buana*

**Sumber lain:**

- <https://www.tribatanewspolrestasikkota.com> (Diakses pada 6 Januari 2018)
- <https://tirto.id/buruk-polri-di-mata-masyarakat-cmw> (Diakses pada 6 Jan 2018)
- <https://www.tribatanews.jabar.polri.go.id> (Diakses pada 7 Januari 2018)
- <http://nasional.harianterbit.com> (Diakses pada 8 Januari 2018)