

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media monitoring merupakan aktivitas pemantauan media secara berkala yang dijalankan oleh praktisi hubungan masyarakat sebagai bagian dari pengelolaan media massa. Aktivitas *media monitoring* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau instansi, khususnya mengenai cara pandang masyarakat dalam menerima pesan yang disampaikan. Aktivitas ini menjadi bagian penting dalam mengendalikan citra perusahaan. *Media monitoring* juga berfungsi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan atau penyusunan kebijakan oleh divisi komunikasi perusahaan untuk langkah selanjutnya.

Media monitoring perlu dilakukan secara terus menerus agar tetap *up to date* terhadap isu seputar perusahaan, institusi, ataupun perorangan. Menurut Astiti et al. (2020) menjelaskan bahwa *media monitoring* digunakan sebagai sarana dalam mendeteksi perkembangan isu suatu perusahaan, institusi, atau perorangan, dengan isu yang dapat dideteksi secara lebih dini maka suatu isu bisa ditindaklanjuti secara lebih cepat. Pemilihan topik ini dilatarbelakangi oleh urgensi peran *media monitoring* pada era digital saat ini. Penggunaan *tools* seperti Talkwalker memungkinkan proses pemantauan *media monitoring* mampu menjangkau lebih banyak pemberitaan. Aktivitas *media monitoring* membantu perusahaan mengidentifikasi isu-isu yang tersebar di masyarakat sebagai bentuk respons perusahaan terhadap perhatian publik.

Dilihat dalam praktik hubungan masyarakat, *media monitoring* menjadi salah satu aktivitas strategis yang mendukung pelaksanaan fungsi kehumasan. *Media monitoring*, dalam dunia kehumasan membantu praktisi hubungan masyarakat untuk mengetahui bagaimana perusahaan diberitakan oleh media, mengidentifikasi isu yang berkembang, menganalisis opini dan sentimen publik, mengevaluasi efektivitas komunikasi yang telah dilakukan, serta menyusun strategi komunikasi berdasarkan data yang diperoleh. Secara spesifik, *media monitoring* tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan pemantauan informasi, tetapi juga sebagai instrumen dalam pengelolaan citra, reputasi, dan pencegahan krisis komunikasi.

Berdasarkan informasi dari laman resmi perhutani.co.id, Perum Perhutani merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk Perusahaan Umum. Unit kerja dari Perum Perhutani ini salah satunya adalah Divisi Regional Jawa Barat dan Banten yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan hutan di Provinsi Jawa Barat dan Banten. Perusahaan ini memiliki bidang kehumasan yang disebut dengan bidang Komunikasi Perusahaan dan Pelaporan, bidang kehumasan ini bertanggung jawab mengelola informasi internal dan eksternal perusahaan untuk mendukung operasional serta menjaga citra positif perusahaan, sehingga pemantauan media menjadi kebutuhan penting agar perusahaan mampu menjaring informasi dan merespons pemberitaan di ruang digital secara cepat dan bijak.

Berdasarkan informasi awal yang diakses melalui laman resmi perhutani.co.id, Perum Perhutani secara konsisten meraih Anugerah Keterbukaan Informasi Publik (KIP) sejak tahun 2015 hingga 2024. Capaian tersebut menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjalankan fungsi kehumasan yang

transparan dan akuntabel. Kondisi ini menjadi relevan untuk diteliti lebih lanjut, khususnya terkait bagaimana aktivitas *media monitoring* dijalankan sebagai bagian dari upaya menjaga citra dan reputasi perusahaan di ruang digital. Meskipun demikian, sebagai perusahaan yang mengelola kawasan hutan dengan tingkat perhatian publik yang tinggi, Perum Perhutani tetap menghadapi berbagai isu lingkungan dan kehutanan yang berpotensi memengaruhi citra perusahaan.

Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi, tetapi juga memiliki fungsi ekologis dan sosial melalui pengelolaan kawasan hutan di wilayah Jawa Barat dan Banten. Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor kehutanan dan bertanggung jawab dalam pengelolaan hutan, Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten berhadapan dengan berbagai isu yang menjadi perhatian masyarakat, seperti konflik tenurial atau konflik lahan dengan masyarakat sekitar, aktivitas penebangan liar, kebakaran hutan, kerusakan lingkungan, hingga kritik terhadap pengelolaan kawasan hutan. Isu-isu tersebut sering menjadi perhatian media massa maupun masyarakat di media online maupun media sosial, sehingga berpotensi mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan.

Karakteristik isu kehutanan memiliki dinamika yang tinggi karena berkaitan dengan kepentingan lingkungan, masyarakat, pemerintah, dan berbagai kelompok kepentingan lainnya. Pemberitaan negatif mengenai konflik lahan, kebakaran hutan, maupun dugaan kerusakan lingkungan yang tidak dipantau sejak dini akan memunculkan opini publik yang berkembang cepat dan berpotensi menimbulkan krisis komunikasi. Hal ini membuat aktivitas *media monitoring* menjadi kebutuhan

strategis bagi Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten untuk memantau perkembangan isu, mengetahui sentimen publik, serta menentukan respons komunikasi yang tepat, cepat, dan tanggap.

Banyaknya intensitas pemberitaan mengenai isu lingkungan dan kehutanan membuat Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten tidak terlepas dari perhatian publik. Berdasarkan artikel yang dipublikasikan oleh bantenekspose.id yang membahas pemberitaan mengenai dugaan eksploitasi pasir laut di Pantai Goong memunculkan sorotan terhadap pengelolaan kawasan oleh Perhutani wilayah Banten, serta pemberitaan dari jabar.herald.id mengenai kritik dari Forum Komunikasi Kader Konservasi Indonesia (FK3I) terkait pengelolaan kawasan hutan di Bandung Selatan dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan hutan. Kedua pemberitaan tersebut menyorot isu lingkungan dan kehutanan yang berpotensi mempengaruhi persepsi publik terhadap perusahaan, sehingga penting dilakukannya aktivitas *media monitoring* untuk memantau perkembangan isu secara *real-time* sebagai dasar penyusunan respons komunikasi yang tepat.

Pemberitaan di atas menunjukkan bahwa isu kehutanan dapat berkembang dengan cepat di media digital, sehingga berpotensi mempengaruhi persepsi publik terhadap perusahaan. Berdasarkan kondisi tersebut, isu kehutanan dan juga lingkungan yang berkembang di media dapat dengan cepat membentuk opini publik terhadap Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Hal ini membuat aktivitas *media monitoring* menjadi krusial untuk membantu perusahaan mendeteksi isu sejak dini, memantau sentimen publik, dan mendukung pengambilan kebijakan komunikasi strategis untuk menjaga reputasi perusahaan.

Hasil telaah dari beberapa penelitian terdahulu, diantaranya sudah membahas mengenai pentingnya *media monitoring* dalam praktik kehumasan, tetapi kajian yang secara khusus mengulas aktivitas *media monitoring* menggunakan *tools* Talkwalker pada BUMN sektor kehutanan saat ini belum ditemukan. Penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai aktivitas *media monitoring* dilaksanakan oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten dalam konteks pengelolaan reputasi perusahaan di era digital melalui pemantauan yang melibatkan penggunaan *tools media monitoring*.

Mengacu pada data awal penelitian yang diperoleh dari situs resmi Talkwalker, Talkwalker merupakan platform *media monitoring* yang mampu menjangkau, mengolah, dan menganalisis data secara *real-time* dari berbagai sumber, seperti media daring, media cetak, media siaran, dan media sosial. Platform ini memungkinkan praktisi hubungan masyarakat memantau kata kunci tertentu, menganalisis sentimen publik, tingkat keterlibatan audiens, serta tren isu yang sedang berkembang. Kemampuan tersebut membantu perusahaan mendeteksi potensi krisis sejak dini, memperoleh informasi secara cepat dan akurat, serta mendukung pengambilan keputusan komunikasi strategis dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan.

Arus informasi digital memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik, baik secara positif maupun negatif. Data yang disajikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dikutip dari CNBC Indonesia diketahui bahwa pada awal tahun 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia

mencapai 229,4 juta jiwa, dengan tingkat penetrasi sebesar 80,66 % dari total populasi nasional. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia aktif memanfaatkan internet dalam aktivitas sehari-hari, hal ini memungkinkan penduduk Indonesia mampu mengakses berbagai pemberitaan yang tersebar di ruang digital, sehingga *media monitoring* sangat diperlukan untuk mengidentifikasi isu, mengetahui sentimen publik, dan mampu merespons krisis secara cepat untuk menjaga reputasi perusahaan.

Pendekatan deskriptif kualitatif pada penelitian ini relevan digunakan karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses dan praktik *media monitoring* yang dilakukan oleh praktisi hubungan masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada hasil pemantauan media saja, akan tetapi juga pada proses dilakukannya aktivitas *media monitoring*, dikelompokkan, dimaknai, dan disusun menjadi sebuah laporan terstruktur hingga dimanfaatkan dalam pengambilan kebijakan strategis yang bertujuan sebagai pengelolaan citra dan reputasi perusahaan.

Aktivitas *media monitoring* memiliki peran yang sangat krusial bagi perusahaan atau lembaga, terutama bagi BUMN yang berfokus pada pengelolaan sumber daya hutan. Aktivitas *media monitoring* yang dilakukan oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten adalah tugas utama bidang komunikasi perusahaan untuk menjalankan fungsi kehumasannya dalam memantau media, hal ini menjadi upaya perwujudan tujuan hubungan masyarakat untuk dapat menjaga dan membina hubungan harmonis dengan publik dan media.

Merujuk pada uraian latar belakang di atas, penelitian ini berfokus pada aktivitas *media monitoring* menggunakan Talkwalker di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menarik perhatian khusus bagi praktisi hubungan masyarakat dalam menjalankan tugasnya untuk membangun hubungan positif dengan masyarakat melalui pemantauan media online, serta upaya pengelolaan reputasi perusahaan di mata publik melalui pemantauan media yang dilakukan secara berkelanjutan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, penelitian ini memusatkan perhatian pada aktivitas *media monitoring* dengan menggunakan Talkwalker di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Penelitian ini dibuat tetap terfokus pada pembahasannya, sehingga pertanyaan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tahap *data mining* dilakukan dalam aktivitas *media monitoring* oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten?
- 2) Bagaimana tahap pengolahan data dalam aktivitas *media monitoring* oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten?
- 3) Bagaimana tahap analisis data dan penyusunan laporan dilakukan dalam aktivitas *media monitoring* oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada pertanyaan penelitian di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Mengetahui bagaimana hubungan masyarakat Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten melakukan proses *data mining* dalam aktivitas *media monitoring*.
- 2) Mengetahui bagaimana hubungan masyarakat Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten melakukan langkah-langkah pengolahan data dalam aktivitas *media monitoring*.
- 3) Mengetahui bagaimana hubungan masyarakat Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten melakukan analisis dan penyusunan laporan data dalam aktivitas *media monitoring*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara praktis maupun akademis sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam memahami mengenai proses perumusan strategi kehumasan dengan menerapkan tahapan *data mining*, pengolahan data, analisis dan pelaporan data dari konsep Tahapan *Media Monitoring* dari Syahputra (2019:155) sebagai upaya untuk menjaga citra positif perusahaan di mata publik. Penelitian ini juga berguna untuk membantu manajemen perusahaan dalam proses pengambilan keputusan dengan berbasis data dari hasil pemantauan media yang telah dilakukan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dari penelitian ini antara lain:

- 1) Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam memperkaya literatur mengenai konsep Tahapan *Media Monitoring* oleh Syahputra (2019:155) Penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan dalam perumusan strategi kehumasan untuk mempertahankan citra positif Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten maupun perusahaan lainnya.
- 2) Menjadi wadah untuk memperluas pengalaman akademik, melalui penerapan langsung teori dan pengetahuan yang telah diperoleh selama studi dalam konteks praktik di lapangan.
- 3) Memberikan gambaran bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya konsentrasi Hubungan Masyarakat, mengenai strategi menjaga citra positif perusahaan melalui penerapan konsep Tahapan *Media Monitoring*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau pijakan dalam pengembangan penelitian serupa di masa yang akan datang.

1.5 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan landasan teori yang menjadi fondasi untuk memecahkan masalah yang terdapat di dalam penelitian. Sugiyono (2013:52) menjelaskan bahwa landasan teoritis adalah kumpulan konsep yang digunakan untuk memahami dan menganalisis fenomena secara sistematis. Penelitian ini memusatkan pada tahapan-tahapan aktivitas *media monitoring* yang dilakukan oleh

Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten, dengan memanfaatkan *tools* Talkwalker serta mengacu pada konsep Tahapan *Media Monitoring* oleh Syahputra (2019:155).

Pemantauan terhadap pemberitaan yang tersebar di media massa sudah menjadi keharusan bagi praktisi hubungan masyarakat, sebagai upaya untuk mempertahankan reputasi perusahaan di mata publik. Menurut Syahputra (2019:155) proses *media monitoring* meliputi tiga tahapan utama, yaitu tahap pengumpulan data (*data mining*), tahap pengolahan data, serta tahap analisis dan pelaporan hasil data. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, penggunaan konsep pada penelitian ini telah disesuaikan dengan proses aktivitas *media monitoring* yang berlangsung di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.

Pertama, yaitu tahap *data mining* merupakan proses pengumpulan informasi dari berbagai media untuk memperoleh data yang sesuai. Tahap pertama ini, pemanfaatan alat seperti Talkwalker sangat efektif dalam menelusuri dan mengumpulkan data dari beragam platform media sosial serta portal berita. Tahap berikutnya adalah pengolahan data, di mana informasi yang telah terkumpul diproses guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Proses ini meliputi penyaringan, pengelompokan, dan pengaturan data agar lebih terstruktur dan siap untuk dianalisis. Tahap terakhir, yaitu analisis dan pelaporan data, merupakan proses penarikan kesimpulan dan penyusunan rekomendasi berdasarkan hasil olahan data. Laporan ini penting untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh kepada manajemen perusahaan mengenai citra serta pandangan publik.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, konsep yang dijelaskan oleh Syahputra (2019:155) di dalam bukunya yang berjudul “*Media Relations: Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*” telah diterapkan pada proses *media monitoring* yang dilakukan oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Hal ini membuktikan bahwa konsep tersebut relevan dan dapat diterapkan secara praktis dalam situasi nyata di lapangan.

1.6 Landasan Konseptual

1.6.1 *Media Monitoring*

Media monitoring merupakan bagian penting dalam praktik kehumasan karena berperan dalam mengawasi, memantau, dan menganalisis berbagai pemberitaan yang beredar di media massa. Aktivitas *media monitoring* tidak hanya berfungsi sebagai alat kontrol, tetapi juga berperan penting untuk pengambilan keputusan strategis dalam manajemen komunikasi perusahaan.

Aktivitas *media monitoring* yang dijalankan oleh hubungan masyarakat tidak semata sebagai bentuk tanggung jawab, melainkan juga sebagai kedudukan penting yang mempengaruhi reputasi perusahaan. Sukmayani & Jamroji (2021) menjelaskan bahwa *media monitoring* memiliki dua penerapan, yaitu saat kondisi normal dan saat krisis. Kondisi normal berarti *media monitoring* dilakukan secara rutin untuk menjaring isu-isu yang berkembang, sedangkan kondisi krisis berarti *media monitoring* dilakukan lebih intensif dan responsif untuk menangani potensi dampak negatif terhadap reputasi perusahaan.

Derasnya arus informasi di tengah perkembangan teknologi komunikasi mendorong banyak institusi termasuk BUMN untuk mengadopsi alat-alat digital dalam menjalankan aktivitas *media monitoring*. *Media monitoring* menjadi instrumen penting dalam menjaga reputasi perusahaan, mengantisipasi isu, dan menyusun strategi komunikasi yang adaptif terhadap dinamika media yang semakin kompleks.

1.6.2 Hubungan Masyarakat Pemerintahan

Hubungan masyarakat pemerintahan merupakan bagian dari praktik kehumasan yang dijalankan oleh instansi pemerintah dalam menjalin komunikasi yang efektif, dan transparan untuk mendapatkan dukungan publik. Fungsi utama hubungan masyarakat pemerintahan adalah membangun kepercayaan publik terhadap lembaga negara dalam penyampaian informasi kebijakan, pelayanan publik, hingga pengelolaan isu strategis.

Membangun kepercayaan publik dapat dilakukan dengan merancang komunikasi yang berpedoman pada hukum dan etika hubungan masyarakat. Pandiangan & Ratnasari (2023) menjelaskan bahwa hubungan masyarakat pemerintahan harus mengedepankan kepentingan publik untuk mendapatkan haknya dalam memperoleh informasi secara terbuka dan terus terang.

Hubungan masyarakat pemerintahan tidak hanya berperan menyampaikan informasi satu arah, melainkan sebagai aktor strategis dalam menyampaikan informasi dengan sistem komunikasi publik yang demokratis, partisipatif, dan adaptif terhadap perubahan sosial. Publik berhak mendapatkan informasi yang

sebenarnya karena pemerintah membutuhkan dukungan publik dalam menjalankan tugas dan fungsinya, sehingga diperlukannya komunikasi yang menjunjung tinggi prinsip keterbukaan informasi publik yang telah diatur secara hukum melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 mengenai keterbukaan informasi publik.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten yang bertempat di Jl. Soekarno-Hatta No.628 KM 14, Cimenerang, Kec. Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292. Lokasi penelitian ini dipilih berdasarkan objek penelitian yang akan dikaji oleh peneliti untuk mendapatkan sumber data terkait aktivitas *media monitoring* yang dilakukan oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten dengan memanfaatkan *tools* Talkwalker.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pandangan-pandangan terhadap fenomena yang dikaji pada penelitian ini. Menurut Solichin (2021:5) paradigma konstruktivisme adalah kebenaran terhadap suatu pengetahuan yang terbentuk melalui penafsiran yang berbeda-beda. Penggunaan paradigma konstruktivisme relevan untuk mengumpulkan data melalui beberapa individu yang memiliki pandangan berbeda.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dikarenakan untuk mengetahui aktivitas *media monitoring* dengan menggunakan *tools* Talkwalker dalam penjaringan berita seputar isu Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Setiap perusahaan memiliki ciri khasnya sendiri dalam menjalankan aktivitas *media monitoring*, sehingga pemilihan paradigma konstruktivisme ini digunakan untuk menggali informasi mendalam seputar langkah-langkah yang dilakukan oleh Perum Perhutani dalam mempertahankan citranya melalui aktivitas *media monitoring* yang terstruktur.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat mengkaji aktivitas *media monitoring* yang dilakukan oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten melalui pemanfaatan *digital tools* Talkwalker dalam upaya menjaring isu-isu seputar perusahaan. Menurut Abdussamad (2021:30) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami, penelitian kualitatif tidak dilakukan di laboratorium, namun penelitian kualitatif membutuhkan data di lapangan.

Data penelitian menggunakan pendekatan kualitatif bersifat lebih lengkap, mendalam, dan lebih mengedepankan proses daripada hasil. Penggunaan pendekatan kualitatif pada penelitian ini relevan karena penelitian ini mengkaji proses dari aktivitas *media monitoring* menggunakan Talkwalker melalui pengumpulan data di lapangan guna memperoleh sumber data yang komprehensif, akurat, dan detail untuk menggambarkan proses berlangsungnya aktivitas *media monitoring* di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif guna menggambarkan mengenai fenomena aktivitas *media monitoring* menggunakan *tools* Talkwalker di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten secara rinci dan mendalam. Menurut Fauzi et al. (2022:26) menjelaskan bahwa metode deskriptif kualitatif melibatkan gambaran jelas yang terstruktur dari informasi yang didapatkan langsung di lapangan, metode ini umumnya dilakukan dengan pengumpulan dan analisis data secara simultan untuk mendapatkan hasil informasi yang empiris dan faktual.

Metode deskriptif kualitatif dipilih dalam penelitian ini karena mampu menyajikan data secara utuh, jelas, dan mendalam berdasarkan hasil observasi serta wawancara yang dilakukan terkait aktivitas *media monitoring* menggunakan Talkwalker di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Informasi yang disajikan dalam penelitian ini akan disusun secara rinci guna menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian secara komprehensif.

1.7.4 Jenis dan Sumber Data

Data dalam suatu penelitian merupakan komponen utama yang melengkapi informasi yang sebelumnya tidak didapatkan secara menyeluruh mengenai fenomena penelitian.

1) Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, karena data informasi yang disajikan pada penelitian ini tidak dapat diukur menggunakan angka, tetapi lebih fokus menekankan pada deskripsi luas dan detail mengenai fenomena penelitian. Data pada penelitian ini nantinya akan memberikan gambaran menyeluruh mengenai permasalahan serta tahapan-tahapan dalam aktivitas *media monitoring* oleh Perum Perhutani menggunakan *tools* Talkwalker melalui penggunaan data kualitatif sebagai berikut:

- a) Data mengenai tahapan *data mining* dalam aktivitas *media monitoring* oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.
- b) Data mengenai tahap pengolahan data dalam aktivitas *media monitoring* oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.
- c) Data mengenai tahap analisis data dan penyusunan laporan dalam aktivitas *media monitoring* oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.

2) Sumber Data

Data memiliki kedudukan tinggi dalam suatu penelitian, karena data merupakan komponen penting yang harus dikumpulkan dalam melakukan penelitian. Data dalam penelitian tersebut adalah tempat atau sumber informasi yang digunakan oleh peneliti untuk menggali informasi berdasarkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Sumber data pada penelitian ini nantinya adalah sebagai berikut:

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer berperan sebagai sumber data yang terpenting dan terpercaya sekaligus menjadi kunci utama dalam proses penelitian ini, yaitu adalah observasi dan wawancara dari aktivitas *media monitoring* yang dilakukan oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dijadikan sebagai data pendukung serta pelengkap dari sumber data yang diperoleh dari lapangan pada penelitian ini bersumber dari data yang didapat secara tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai dokumen resmi lembaga dan literatur yang bersumber dari Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Sumber-sumber tersebut mencakup situs resmi lembaga, media sosial, majalah internal, arsip dokumen, serta materi lain yang relevan dan dapat dijadikan sebagai data pendukung dalam penelitian ini.



1.7.5 Teknik Pemilihan Informan

Penelitian ini dilakukan dengan menggali informasi melalui observasi serta wawancara mendalam terhadap sejumlah informan yang memiliki tanggung jawab dalam pelaksanaan aktivitas *media monitoring* di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Rany & Yunita (2022:29) menjelaskan bahwa informan adalah subjek yang mengetahui dan memahami

informasi pada objek penelitian. Informan pada proses penelitian merupakan instrumen penting agar dapat menjadi acuan bagi peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap. Berikut syarat yang ditentukan peneliti dalam memilih informan:

- 1) Staf atau pekerja pada bidang Komunikasi Perusahaan di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten dengan masa kerja sekurang-kurangnya satu tahun.
- 2) Staf atau pekerja yang pernah bertugas pada bidang *media monitoring* di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten dengan masa kerja sekurang-kurangnya satu tahun.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

- 1) Wawancara Mendalam

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tanya jawab secara langsung dengan informan secara tatap muka untuk menggali informasi secara detail. Menurut Rahmadi (2011:76) menjelaskan bahwa teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) merupakan jenis wawancara tidak terstruktur yang dilakukan berulang kali dalam jangka waktu yang cukup lama bersama informan di tempat penelitian.

Pemilihan teknik wawancara pada penelitian ini digunakan sebagai salah satu metode pengumpulan data yang paling sering digunakan pada penelitian kualitatif. Peneliti memilih teknik ini sebagai teknik pengumpulan data karena wawancara mendalam bersifat terstruktur, jelas, dan berdasarkan fakta yang ada

di lapangan melalui perolehan data yang didapatkan dari informan yang mengetahui dan mendalami objek penelitian.

Peneliti memilih tim dari bidang Komunikasi Perusahaan di Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten sebagai informan pada penelitian ini karena melihat fakta di lapangan bahwa divisi ini bertanggung jawab dalam aktivitas *media monitoring*. Hasil wawancara akan disajikan dengan disertai deskripsi yang jelas mengenai latar belakang informan. Peneliti juga akan mencermati setiap respons yang diberikan, baik yang disampaikan secara verbal maupun melalui isyarat non-verbal.

2) Observasi Partisipatif Pasif

Penelitian ini menggunakan metode observasi partisipatif pasif, di mana peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian tanpa terlibat secara aktif dalam aktivitas yang diamati. Observasi ini memungkinkan peneliti mencatat dan mengamati situasi secara nyata di lapangan. Menurut Abubakar (2021:91) observasi partisipatif pasif merupakan bentuk observasi di mana peneliti hadir di lokasi penelitian, namun tidak ikut serta secara langsung.

Lebih lanjut, observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dan fakta yang cukup umum digunakan karena dinilai efektif dalam memahami suatu sistem secara langsung. Peneliti memilih teknik ini karena informasi dan kondisi yang ada di lapangan perlu diamati secara cermat guna memperoleh hasil penelitian yang mendalam dan terperinci, tanpa adanya intervensi dari pihak lain yang dapat memengaruhi objektivitas selama proses pengamatan.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen seperti catatan, foto, video, rekaman, maupun arsip lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Menurut Prawiyogi et al. (2021) teknik dokumentasi bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata di lapangan sebagai pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Data yang dikumpulkan melalui dokumentasi berasal dari sumber-sumber relevan milik Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat dan Banten, termasuk dokumen internal serta informasi yang tersedia di situs resmi perusahaan dan dapat dipertanggung jawabkan kredibilitasnya.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan untuk memperoleh hasil akhir yang sudah melalui tahap verifikasi data. Sugiyono (2023:131) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif dilakukan melalui data yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan di lapangan, dan dokumentasi yang kemudian dikelompokkan ke dalam kategori hingga ditemukan hasil akhir yang dapat menjadi kesimpulan yang mudah dimengerti. Miles & Haberman (1984) dalam Sugiyono (2023:132-142) menguraikan empat tahapan dalam analisis data kualitatif, yaitu:

1) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi ataupun juga gabungan dari ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data tidak dapat dilakukan dalam rentang waktu sehari, tetapi diperlukannya waktu sehari-hari bahkan berbulan-bulan untuk dapat mengamati dan memahami situasi sosial yang diteliti dengan cara mencatat ataupun merekam segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian.

2) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pengumpulan data yang dilakukan di lapangan memperoleh banyak data yang disusun dalam bentuk catatan yang detail. Data tersebut perlu direduksi dengan cara merangkum data yang fokus pada hal-hal penting atau pokok untuk menunjang penelitian, sehingga data yang tidak penting dapat dibuang karena dianggap tidak penting untuk penelitian.

3) Penyajian Data (*Data Display*)

Data dalam penelitian kualitatif yang sudah direduksi selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk teks naratif. Penyajian data dilakukan dengan cara mengurutkan data yang ada agar mudah dipahami, lalu dilakukan analisis mendalam untuk mencari hubungan antar data yang telah dikelompokkan tersebut. Apabila pola-pola yang ditemukan di lapangan sudah sesuai dengan data selama penelitian, maka pola tersebut dapat dijadikan sebagai pola yang tidak dapat diubah dan selanjutnya disajikan ke dalam laporan akhir penelitian.

4) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Kesimpulan dapat menjadi kredibel apabila didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten dari lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan hasil temuan terbaru yang sebelumnya tidak diketahui. Temuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang dapat diketahui lebih jelas setelah dilakukannya penelitian. Apabila penyajian data yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya telah didukung dengan adanya data-data yang akurat, maka dapat ditarik kesimpulan yang kredibel dan mudah dipahami.

