

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media cetak di Indonesia menghadapi tantangan besar akibat pergeseran perilaku konsumsi informasi masyarakat dari media konvensional menuju media digital yang lebih cepat, praktis, dan dinamis. Menghadapi kondisi ini, media cetak perlu menerapkan strategi komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens, membangun kesamaan makna, dan menjaga kepercayaan dalam hubungan jangka panjang. Peran praktisi Humas (*Public Relations*) menjadi krusial dalam merancang dan mengelola komunikasi strategis guna mempertahankan kepercayaan publik di tengah dinamika perubahan media.

Pikiran Rakyat merupakan salah satu media massa yang paling lama bertahan di Jawa Barat. Pikiran Rakyat tetap mempertahankan edisi cetaknya meskipun telah mengembangkan situs digital yaitu pikiranrakyat.com yang menyajikan berita secara daring dan real time. Keputusan untuk mempertahankan media cetak dan situs digital sekaligus ini merupakan bentuk strategi untuk menjaga identitas sekaligus menjangkau audiens baru di ruang digital.

Data dari laman media sosial, Instagram, milik Pikiran Rakyat (@pikiranrakyat) menunjukkan bahwa dalam satu bulan terdapat 20 unggahan yang menampilkan produksi konten media cetak. Praktik ini menunjukkan adanya strategi komunikasi yang secara sadar digunakan untuk mempertahankan relevansi media cetak di tengah dominasi konten digital dan mengingatkan audiens nilai

kredibilitas yang dimiliki Pikiran Rakyat. Hal ini menunjukkan bahwa keberlangsungan eksistensi media cetak sangat bergantung pada kemampuan humas dalam menerapkan strategi komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan zaman, sehingga memungkinkan media menjaga kredibilitas dan memperkuat kepercayaan publik. Unggahan-unggahan tersebut tidak sekadar menampilkan produk cetak, tetapi juga menyiratkan pesan simbolik bahwa media cetak tetap hadir sebagai sumber informasi yang terverifikasi dan layak dipercaya. Di tengah derasnya arus informasi digital yang seringkali tidak terfilter, kehadiran konten cetak di ruang digital menjadi pengingat bagi publik akan nilai-nilai yang dijunjung oleh Pikiran Rakyat. Aktivitas ini sekaligus menunjukkan bahwa humas Pikiran Rakyat secara aktif membangun narasi keberlanjutan di tengah gempuran informasi digital. (Observasi, November 2025)

Data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang dikutip Liputan6.com (2022) menunjukkan bahwa konsumsi media cetak menurun sekitar 50% dalam sepuluh tahun terakhir, sementara konsumsi media berbasis seluler meningkat lebih dari 460%. Angka ini menunjukkan besarnya pergeseran perilaku konsumsi informasi masyarakat ke platform digital. Tingginya penetrasi media digital menjadi suatu tantangan sekaligus peluang bagi industri media cetak, khususnya Pikiran Rakyat dalam memastikan strategi komunikasi yang diterapkan mampu menjaga kepercayaan publik.

Fenomena penurunan konsumsi media cetak juga terlihat dari banyaknya perusahaan pers yang menghentikan penerbitan edisi cetaknya dalam beberapa tahun terakhir. Menurut tvOneNews (2022) salah satu contoh yang mencerminkan

dinamika tersebut adalah berakhirnya edisi cetak Harian Republika pada 31 Desember 2022. Keputusan tersebut merupakan bagian dari strategi reposisi media dalam merespons perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat yang semakin terpusat pada platform digital. Peralihan fokus ke ranah daring menunjukkan bahwa keberlanjutan institusi pers kini sangat dipengaruhi oleh kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, perubahan pola distribusi konten, serta pergeseran sumber pendapatan iklan. Penghentian edisi cetak tidak hanya dipahami sebagai keputusan operasional, tetapi sebagai konsekuensi dari perubahan ekosistem media secara menyeluruh.

Hal serupa juga terjadi pada Harian Seputar Indonesia (Sindo) yang memutuskan untuk menghentikan edisi cetaknya di sejumlah daerah dan beralih sepenuhnya ke platform digital. Begitu pula dengan Majalah Tempo yang secara bertahap mengurangi sirkulasi cetak sembari memperkuat laman daring dan kanal digital lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan keharusan. Di tengah arus utama transformasi penuh ke digital, Pikiran Rakyat mengambil jalur berbeda dengan mempertahankan edisi cetaknya.

Pikiran Rakyat yang masih mempertahankan versi cetak sekaligus mengembangkan platform digital memperlihatkan strategi adaptasi yang berbeda dibandingkan sejumlah media lain. Ketika sebagian institusi pers memilih transformasi penuh ke digital, Pikiran Rakyat mempertahankan edisi cetaknya sebagai bentuk upaya menjaga kesinambungan identitas, reputasi, dan hubungan jangka panjang dengan publiknya. Strategi ini menunjukkan bahwa keberlangsungan media cetak tidak semata ditentukan oleh tekanan teknologi,

tetapi juga oleh efektivitas komunikasi organisasi dalam mengelola kepercayaan dan loyalitas audiens. Kondisi ini menjadi relevan untuk diteliti lebih lanjut, khususnya dalam melihat peran humas sebagai pengelola komunikasi strategis dalam menjaga kredibilitas media di tengah disrupsi digital.

Tantangan di era digital merupakan ujian bagi kredibilitas dan kemampuan adaptasi sebuah media, terlebih dengan adanya ketidakseimbangan antara kecepatan media digital dan kedalaman media cetak. Menurut Data Reuters Institute Digital News Report (2023:133) bahwa 65% responden di Indonesia mengakses berita melalui platform online, sementara hanya 15% yang masih mengandalkan media cetak sebagai sumber utama. Tantangan ini merupakan salah satu bahan evaluasi terkait dengan efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan oleh humas media. Isu kepercayaan publik ini bisa menjadi masalah yang serius apabila tidak dikelola dengan strategi yang tepat oleh institusi media. Apabila kepercayaan publik tidak berhasil dipertahankan dengan baik oleh pihak media dapat menimbulkan krisis kredibilitas dan terganggunya citra media yang dapat berpotensi merusak reputasi dan keberlangsungan lembaga pers tersebut.

Mengelola kepercayaan publik di era digital ini, media memerlukan fungsi humas yang kuat untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut dan menyusun strategi komunikasi yang efektif dengan publiknya. Humas (*Public Relations*) merupakan manajemen komunikasi strategis yang digunakan untuk membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi media dengan berbagai publiknya. Humas saat ini tidak hanya dibutuhkan untuk urusan eksternal,

tetapi juga menjadi fungsi vital dalam menjaga konsistensi nilai organisasi di tengah perubahan.

Seorang humas media memerlukan strategi yang terencana dan sistematis untuk mempertahankan kepercayaan publik, agar upaya komunikasi yang dilakukan tepat sasaran dan berkelanjutan. Strategi komunikasi tidak lagi hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pengelolaan persepsi, reputasi, dan hubungan jangka panjang dengan publik. Humas dituntut untuk mampu membaca perubahan perilaku audiens, memahami dinamika opini publik, serta menyesuaikan pesan yang disampaikan agar tetap relevan.

Strategi komunikasi yang tepat dari humas Pikiran Rakyat dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam memperkuat identitas merek sebagai media yang kredibel dan berintegritas. Melalui pengelolaan pesan yang konsisten di berbagai platform, baik cetak maupun digital, humas berperan dalam membangun citra bahwa Pikiran Rakyat tetap adaptif terhadap perkembangan teknologi tanpa kehilangan karakter dan nilai dasarnya sebagai media yang terpercaya. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan eksistensi, tetapi juga untuk menumbuhkan dan memelihara kepercayaan publik dalam jangka panjang. Kepercayaan tersebut menjadi penting bagi keberlangsungan media, karena tanpa kepercayaan, loyalitas audiens dan legitimasi institusi akan semakin melemah di tengah persaingan digitalisasi.

Penelitian sebelumnya telah mengkaji bagaimana media cetak berupaya mempertahankan kepercayaan publiknya di era digital. Aqsal (2023) dalam jurnal Kepercayaan Publik Terhadap Pemberitaan Media Konvensional dan New

Media, menjelaskan bahwa meskipun new media lebih diminati karena kemudahan akses, media konvensional masih dipercaya oleh masyarakat, terutama dalam hal kredibilitas dan akurasi berita. Kepercayaan ini bertumpu pada faktor-faktor seperti kualitas konten dan reputasi media yang telah dibangun lama. Temuan ini mengindikasikan bahwa media cetak tetap memiliki ruang untuk bertahan dan bersaing, namun, harus mampu beradaptasi secara strategis. Penelitian tentang bagaimana adaptasi strategis itu diwujudkan dalam praktik komunikasi humas media cetak lokal, seperti Pikiran Rakyat, masih belum banyak dikaji secara mendalam.

Memahami praktik komunikasi humas di media lokal menjadi penting karena karakteristik audiens, tantangan industri, dan dinamika sosial di tingkat lokal berbeda dengan media nasional. Media lokal seperti Pikiran Rakyat memiliki kedekatan emosional dan kultural dengan pembacanya, sehingga strategi komunikasi yang diterapkan pun kemungkinan memiliki kekhasan tersendiri. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana humas Pikiran Rakyat menjalankan perannya, tidak hanya sebagai komunikator, tetapi juga sebagai penjaga kepercayaan publik di era digital yang terus berubah.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini perlu dilakukan secara mendalam untuk mengkaji bagaimana humas Pikiran Rakyat sebagai media cetak lokal mampu mempertahankan kepercayaan publik di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Fokus utama penelitian ini adalah mengeksplorasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pikiran Rakyat dalam menghadapi tantangan

digitalisasi, termasuk upaya menjaga kredibilitas informasi, konsistensi pemberitaan, serta komitmen terhadap kepentingan publik, untuk memahami proses pembentukan dan pemeliharaan kepercayaan publik terhadap Pikiran Rakyat.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dari “Strategi Komunikasi Pikiran Rakyat dalam Mempertahankan Kepercayaan Publik di Era Digital” peneliti menguraikan pertanyaan untuk menjelaskan fokus penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Humas Pikiran Rakyat menjaga integritas dalam upaya mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital?
- 2) Bagaimana Humas Pikiran Rakyat menunjukkan kompetensi dalam upaya mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital?
- 3) Bagaimana Humas Pikiran Rakyat mempertahankan konsistensi nilai dan komunikasi dalam menjaga kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital?
- 4) Bagaimana bentuk kesetiaan Humas Pikiran Rakyat mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital?
- 5) Bagaimana Humas Pikiran Rakyat menerapkan keterbukaan dalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, peneliti memiliki tujuan untuk penelitian ini, diantaranya:

- 1) Mengetahui bagaimana Humas Pikiran Rakyat menjaga integritas untuk mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital.
- 2) Mengetahui bagaimana Humas Pikiran Rakyat menunjukkan kompetensi untuk mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital.
- 3) Mengetahui bagaimana Humas Pikiran Rakyat mempertahankan konsistensi nilai dan komunikasi dalam menjaga kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital.
- 4) Mengetahui bagaimana bentuk kesetiaan Humas Pikiran Rakyat dalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital.
- 5) Mengetahui bagaimana Humas Pikiran Rakyat menerapkan keterbukaan dalam mempertahankan kepercayaan publik terhadap media cetak di era digital.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai strategi komunikasi media cetak dalam membangun kepercayaan publik. Penelitian ini dapat menjadi sumber literatur bagi lembaga akademis dalam memahami bagaimana media mempertahankan integritas, kompetensi, konsistensi, kesetiaan, dan keterbukaan dalam berkomunikasi. Hasil penelitian juga dapat dijadikan rujukan pada mata kuliah seperti Pengantar Ilmu Komunikasi, manajemen komunikasi, hubungan eksternal dan Komunikasi Massa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi praktisi *Public Relations*, khususnya di industri media, dalam memahami strategi yang dapat diterapkan untuk menjaga kepercayaan publik. Temuan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi Pikiran Rakyat dan media cetak lainnya dalam mengetahui strategi komunikasi seperti *integrity*, *competence*, *consistency*, *loyalty*, *openness* di era digital.

1.5 Landasan Teoritis

Landasan teoritis dalam penelitian ini yaitu menggunakan konsep dasar kepercayaan (*trust*). Konsep kepercayaan menjadi sangat penting dalam organisasi. Menurut Tyler (2003: 556) kepercayaan merupakan adanya keinginan kuat untuk memahami bagaimana menciptakan kerjasama yang efektif dalam organisasi dan kepercayaan akan melahirkan kerja sama.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini memiliki fokus pada kegiatan strategi komunikasi humas media cetak Pikiran Rakyat dalam mempertahankan kepercayaan publik, mengacu pada Konsep kepercayaan yang dikembangkan oleh Stephen P. Robbins dalam bukunya berjudul *Perilaku Organisasi* pada tahun 2008. Konsep ini memiliki 5 (lima) dimensi, diantaranya:

- 1) Integritas (*integrity*), mencakup pada kejujuran, sikap, perilaku atau pun kebiasaan.
- 2) Kompetensi (*competence*), mencakup pada keahlian perusahaan dalam mengembangkan hubungan dengan pihak lain.

- 3) Konsistensi (*concistency*), yaitu adanya kebiasaan baik yang dilakukan oleh organisasi/perusahaan dalam menciptakan kepercayaan.
- 4) Kesetiaan (*loyalty*), yaitu keinginan untuk terus melakukan hal yang sama bagi perusahaan atau organisasi atau mengabdikan dengan setulus hati serta patuh atas segala aturan.
- 5) Keterbukaan (*oppenness*), yaitu secara terbuka memberi ide-ide dan menyampaikan segala informasi yang dibutuhkan.

1.6 Landasan Konseptual

1.6.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi memiliki peran yang krusial dalam menjembatani visi organisasi agar dapat diterima, dipahami, dan direspons oleh publik, baik publik eksternal maupun publik internal. Menurut Pace, Peterson, dan Burnett (1984:35-36) strategi komunikasi memiliki tiga tujuan pokok yang saling berkaitan. Tujuan pertama adalah memastikan pemahaman (*to secure understanding*), dimana pesan yang disampaikan harus dapat dipahami dengan baik oleh penerima pesan guna menghindari terjadinya kesalahpahaman atau penyimpangan makna yang dapat mengganggu proses komunikasi. Tujuan kedua adalah membangun penerimaan (*to establish acceptance*), yaitu menciptakan penerimaan secara sukarela dari khalayak terhadap pesan yang disampaikan tanpa adanya unsur pemaksaan, yang menggarisbawahi pentingnya kredibilitas komunikator serta relevansi pesan dengan kebutuhan audiens. Tujuan ketiga adalah mendorong tindakan (*to motivate action*), yakni menggerakkan khalayak untuk melakukan aksi konkret sebagai respon dari pesan yang diterima. Ketiga sasaran ini menunjukkan bahwa efektivitas

strategi komunikasi tidak hanya diukur dari tercapainya pemahaman dan penerimaan pesan semata, melainkan juga dari kemampuannya dalam mengubah perilaku atau mempengaruhi pengambilan keputusan audiens.

Strategi komunikasi dalam dunia bisnis tidak hanya menjadi sarana menyampaikan informasi, melainkan menjadi alat manajemen komunikasi yang dirancang secara strategis untuk menciptakan pemahaman bersama, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan mendorong tindakan yang sejalan dengan visi dan misi organisasi.

1.6.2 Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) merupakan elemen strategis dalam manajemen organisasi yang bertugas membina dan mempertahankan hubungan harmonis antara institusi dan publiknya, baik internal maupun eksternal. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006:5) *Public Relations* merupakan suatu proses manajerial yang bertujuan menciptakan kesepahaman bersama antara organisasi dan audiensnya melalui komunikasi dua arah yang bersifat informatif sekaligus persuasif. Humas tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga berperan sebagai mediator antara kepentingan organisasi dan ekspektasi masyarakat. Peran utama Humas mencakup pengelolaan citra, penanganan isu dan krisis, pembangunan reputasi, serta penciptaan *goodwill* melalui strategi komunikasi yang terpercaya dan terencana secara sistematis.

Era digital saat ini, peran Humas mengalami tantangan yang semakin kompleks karena dituntut untuk beradaptasi dengan pola komunikasi publik yang kian cepat, terbuka, dan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Arus

informasi yang masif serta meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi menuntut Humas untuk tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi persuasif, penyampai pesan, tetapi juga menjadi pendengar yang responsif, perancang strategi komunikasi digital yang efektif, sekaligus penjaga nilai-nilai etis organisasi. Media massa seperti Pikiran Rakyat menjadikan fungsi Humas sangat krusial dalam menjaga kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap media cetak, terutama di tengah dominasi media digital dalam pola konsumsi informasi. Humas dituntut untuk mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif, relevan dengan karakteristik audiens, serta berorientasi pada pembangunan hubungan jangka panjang sebagai upaya mempertahankan loyalitas publik dalam dinamika ekosistem media yang terus berubah.

1.6.3 Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik merupakan elemen penting dalam menjalin serta memelihara hubungan yang berkelanjutan antara suatu lembaga dan komunitas yang dilayaninya. Menurut Yang dan Lim (2009:274) kepercayaan publik (*public trust*) merupakan sejauh mana masyarakat meyakini bahwa suatu institusi akan berperilaku secara jujur, dapat dipercaya, dan selaras dengan ekspektasi publik. Kepercayaan menjadi komponen strategis dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara organisasi dan masyarakat.

Kepercayaan publik pada dasarnya merupakan modal sosial yang sangat krusial bagi keberlangsungan suatu institusi, baik itu lembaga pemerintah, media massa, maupun organisasi swasta. Konsep kepercayaan ini dibangun atas tiga pilar utama yaitu kejujuran, kredibilitas, dan kesesuaian dengan harapan masyarakat.

Ketiga elemen ini saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Kejujuran mencerminkan integritas institusi dalam bertindak, kredibilitas menunjukkan konsistensi antara perkataan dan perbuatan, sedangkan keselarasan dengan ekspektasi publik mengindikasikan kemampuan institusi dalam memahami dan merespons kebutuhan masyarakat. Kepercayaan publik dalam konteks media massa menjadi fondasi penting karena media berperan sebagai sumber informasi dan pembentuk opini publik. Ketika kepercayaan publik terhadap media tinggi, maka informasi yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan perilaku masyarakat.

1.6.4 Media Cetak

Media cetak merupakan bentuk awal dari media massa yang memainkan peranan penting dalam menyampaikan informasi kepada publik. Menurut Rakhmat (2007: 189) media cetak merupakan salah satu jenis media massa yang berbentuk tercetak, seperti surat kabar, majalah, brosur, pamflet, dan sejenisnya yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa media cetak memiliki karakteristik fisik yang konkret berupa material tercetak yang dapat disentuh dan disimpan.

Keberadaan media cetak sebagai bagian dari media massa menunjukkan fungsinya yang strategis dalam mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas secara serentak. Meskipun di era digital saat ini media cetak mengalami persaingan dengan media online, namun kredibilitas dan permanensi informasi yang ditawarkan media cetak masih menjadi keunggulan tersendiri. Media cetak memberikan kesempatan kepada pembaca untuk mengakses informasi secara

berulang, membuat catatan, dan melakukan pembacaan mendalam tanpa terganggu oleh distraksi digital. Selain itu, ragam bentuk media cetak yang disebutkan Rakhmat menunjukkan fleksibilitas media ini dalam menyesuaikan format dengan kebutuhan komunikasi yang berbeda-beda, mulai dari pemberitaan harian hingga promosi dan edukasi.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Redaksi Harian Umum Pikiran Rakyat yang terletak di Jalan Asia Afrika No. 77, Kota Bandung. Pemilihan tempat ini karena mengingat Pikiran Rakyat merupakan salah satu media cetak paling berpengaruh dan bersejarah di Jawa Barat yang masih eksis di tengah tantangan digitalisasi. Kantor ini menjadi pusat aktivitas utama, baik dalam aspek redaksional maupun manajemen media, sehingga memberikan peluang bagi peneliti untuk menggali informasi mengenai strategi komunikasi serta pengelolaan hubungan dengan publik.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme. Mulyana (2004) mengungkapkan bahwa paradigma ini melihat kebenaran sebagai realitas sosial yang bervariasi, di mana realitas terbentuk melalui konstruksi sosial yang didasarkan pada pengalaman, interaksi, dan partisipasi individu. Paradigma konstruktivisme menganggap pandangan manusia sebagai produk dari konstruksi sosial, sehingga makna yang dihasilkan adalah interpretasi dari tindakan dan pengalaman yang dimiliki individu dalam konteks sosialnya. Melalui pendekatan

ini peneliti dapat mengetahui memahami secara mendalam bagaimana media cetak Pikiran Rakyat menjaga kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang diterapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2014:260), pendekatan kualitatif bertujuan untuk membangun pemahaman berdasarkan pengalaman dan partisipasi langsung dari subjek yang diteliti. Pengetahuan diperoleh melalui gambaran dan perspektif para partisipan. Pendekatan ini menitikberatkan pada pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial serta pengalaman subjektif informan yang terlibat dalam konteks penelitian.

Peneliti dengan menggunakan pendekatan kualitatif, bertujuan memahami secara mendalam strategi humas media cetak Pikiran Rakyat dalam mempertahankan kepercayaan publik di era digital.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian tentang strategi komunikasi Humas dalam mempertahankan kepercayaan publik di era digital ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang bagaimana Integritas, Kompetensi, Konsistensi, Kesetiaan dan Keterbukaan Humas Pikiran Rakyat Bandung dalam mempertahankan Kepercayaan Publik.

Menurut Burhan (2007:124) data yang disajikan pada penelitian kualitatif berbentuk uraian dari kata-kata dan kalimat. Pemilihan metode penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kerangka sistematis dalam proses penelitian, mulai dari tahap pengumpulan hingga analisis data. Peneliti dapat memperoleh

gambaran yang utuh dan mendalam tentang setiap tahapan penelitian, sehingga memungkinkan pemahaman yang menyeluruh dalam mengolah data hingga merumuskan kesimpulan akhir.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, dengan penyajian secara deskriptif. Data yang dikumpulkan tidak berupa angka atau perhitungan statistik, melainkan berupa informasi mendalam terkait strategi komunikasi Pikiran Rakyat dalam membangun kepercayaan publik. Fokus pengumpulan data diarahkan pada penerapan lima elemen kepercayaan menurut Robbins yaitu integritas, kompetensi, konsistensi, kesetiaan, dan keterbukaan, sebagai dasar analisis dalam memahami praktik komunikasi yang dijalankan oleh Pikiran Rakyat di era digital.

1.7.4.2 Sumber Data

Sumber informasi memiliki peranan yang krusial dalam suatu studi karena menjadi rujukan utama untuk mendapatkan hasil yang tepat. Sumber informasi ini berisi data yang diperlukan oleh peneliti, baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder. Berikut adalah perbedaan antara data primer dan data sekunder:

1) Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui kegiatan observasi dan wawancara mendalam dengan pihak terkait. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2016:225), data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama menggunakan teknik seperti wawancara, observasi dan belum mengalami proses pengolahan atau analisis oleh

pihak lain. data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui kegiatan observasi dan wawancara mendalam dengan pihak terkait. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2016:225), data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama menggunakan teknik seperti wawancara, observasi dan belum mengalami proses pengolahan atau analisis oleh pihak lain. Sumber data primer mencakup informasi mengenai strategi komunikasi yang dijalankan oleh divisi Humas Pikiran Rakyat, dengan fokus pada lima aspek utama yaitu: integritas, kompetensi, konsistensi, kesetiaan, keterbukaan, informasi tersebut diperoleh dari wawancara dengan narasumber utama, yakni pihak Humas dan Redaksi Pikiran Rakyat, yang berperan langsung dalam pelaksanaan strategi komunikasi institusional.

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah informasi tambahan yang digunakan untuk mendukung temuan penelitian. Data ini tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, data sekunder ini bisa diperoleh dari pihak ketiga ataupun melalui kajian literatur yang relevan dengan tema penelitian, seperti buku, website, dokumen, media sosial, pemberitaan, jurnal, skripsi, dan sumber lainnya yang bersifat faktual.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik pengumpulan informan berperan penting karena informan menjadi sumber utama data penelitian. Creswell (2014:124) menjelaskan pada tahap eksplorasi fenomena, identifikasi terhadap individu maupun kelompok sebagai partisipan dapat melibatkan jumlah yang bervariasi. Jumlah peserta informan dalam penelitian kualitatif umumnya antara tiga hingga empat individu, dengan batas

maksimal sekitar 15 orang. Pemilihan informan dilakukan secara terencana berdasarkan kriteria tertentu agar data yang diperoleh mampu merepresentasikan beragam perspektif serta memberikan kedalaman informasi yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya terkait praktik strategi komunikasi dan aktivitas hubungan publik di Harian Umum Pikiran Rakyat.

- 1) Staff Humas di lingkungan Pikiran Rakyat, karena mereka memiliki tanggung jawab utama dalam merancang dan menjalankan strategi komunikasi eksternal media.
- 2) Redaktur atau editor yang terlibat dalam pengambilan keputusan redaksional, mengingat posisi mereka sangat strategis dalam menentukan arah pemberitaan yang dapat memengaruhi citra media serta membentuk kepercayaan publik.
- 3) Staf atau manajer baik yang berpengalaman dalam menjalin komunikasi dengan audiens dan pembaca, melalui kanal media cetak maupun platform digital, karena mereka memahami dinamika interaksi media dengan publik secara langsung. Pemilihan informan dengan kriteria tersebut bertujuan agar data yang diperoleh bersifat kredibel dan mampu menjawab rumusan masalah penelitian secara komprehensif.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk menampung data dan informasi yang didapatkan berdasarkan dengan kenyataan yang sebenarnya di lapangan. Teknik pengumpulan data diperlukan langkah-langkah yang tepat,

sehingga data yang didapatkan valid. Pengumpulan data penelitian ini bisa menggunakan beberapa cara, diantaranya:

1) Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi verbal yang berlangsung langsung dengan narasumber untuk mendapatkan data yang tepat dan benar berkaitan dengan suatu penelitian. Menurut Patton (2002:341) wawancara merupakan teknik yang efektif ketika peneliti ingin memahami hal-hal yang tidak tampak secara kasat mata, seperti pikiran, perasaan, nilai, dan pandangan subjektif seseorang terhadap realitas sosial yang mereka alami.

Wawancara mendalam dipandang sebagai proses interaktif yang membuka ruang bagi partisipan untuk mengartikulasikan pandangan mereka secara bebas, reflektif, dan detail. Pendekatan ini sangat relevan dalam penelitian yang berfokus pada praktik komunikasi strategis, seperti strategi humas di media cetak Pikiran Rakyat.

2) Observasi Partisipan Pasif

Teknik observasi partisipan pasif ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui langsung secara realitas yang ada di lokasi penelitian. Peneliti dapat memperoleh informasi mengenai fenomena terkait, serta penerapan strategi humas secara langsung, agar mendapatkan data yang objektif dan akurat. Teknik pengumpulan data melalui observasi partisipan pasif ini mengandalkan kemampuan peneliti dalam menggunakan pengamatannya untuk menganalisis suatu fenomena di masyarakatnya.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah salah satu tahap krusial dalam memproses informasi yang diperoleh selama penelitian. Creswell (2018:46) menyatakan bahwa analisis data penting untuk membantu peneliti dalam menginterpretasikan arti dari data yang telah dikumpulkan. Analisis data berfungsi sebagai cara untuk mengolah informasi yang kemudian dikategorikan ke dalam beberapa kelompok untuk menghasilkan hasil penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan selama analisis data mencakup:

1) Menyiapkan dan Mengelola Data

Langkah awal dalam proses analisis data kualitatif adalah mengatur dan mempersiapkan seluruh informasi yang telah dikumpulkan agar siap diolah secara sistematis. Pada tahap ini, peneliti menghimpun berbagai bentuk data seperti hasil wawancara dan dokumentasi, kemudian mentranskripsikannya secara lengkap dan terstruktur. Sumber data didapatkan dari pihak Pikiran Rakyat terkait dengan strategi komunikasi humas dalam mempertahankan kepercayaan publik di era digital. Proses pengolahan data ini menjadi bagian yang penting dalam penelitian, dikarenakan data tersebut akan menetapkan tahap untuk analisis selanjutnya.

2) Membaca dan Melihat Seluruh Data

Setelah data terorganisir, peneliti melakukan pembacaan menyeluruh untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap isi dan konteks data. Proses ini tidak sekadar membaca secara teknis, tetapi juga melibatkan perenungan kritis terhadap isi narasi, gaya tutur informan, serta nuansa emosional atau makna implisit yang muncul. Melalui pembacaan reflektif tersebut, peneliti mulai menangkap pola-

pola awal dan mengidentifikasi indikasi tema-tema yang relevan dengan fokus penelitian. Data tersebut didapatkan dengan teknik wawancara mendalam dan observasi partisipan pasif dengan pihak Pikiran Rakyat.

3) Melakukan Coding Data

Tahap selanjutnya adalah mengelompokkan data ke dalam unit-unit makna yang lebih spesifik melalui proses pengodean (*coding*). Peneliti memberikan label atau kode pada bagian-bagian penting dalam narasi informan sesuai kategori tematik yang berkaitan dengan fokus penelitian. Misalnya, kode seperti “strategi komunikasi”, “pembangunan citra”, atau “kepercayaan publik” digunakan untuk menandai kutipan yang mengandung informasi relevan. Pengodean ini menjadi dasar penting dalam membangun pola-pola tematik yang nantinya akan diinterpretasikan secara lebih mendalam.

4) Membuat Deskripsi dari Coding Data

Setelah proses pengodean selesai, peneliti mulai menyusun hasil analisis dalam bentuk uraian naratif yang terstruktur dan informatif. Penyajian ini bertujuan untuk menggambarkan temuan secara jelas, menyeluruh, dan mudah dipahami oleh pembaca. Data yang diperoleh dari media cetak Pikiran Rakyat akan dianalisis dengan merujuk pada tema penelitian yang telah ditetapkan, kemudian dirumuskan dalam narasi deskriptif guna menggambarkan temuan secara menyeluruh. Narasi disusun sedemikian rupa agar mampu mengungkapkan kompleksitas data, didukung dengan kutipan langsung dari informan sebagai bentuk otentikasi suara dan pengalaman mereka.

Sidang Usulan								
Revisi Usulan								
Penyusunan Skripsi								
Pelaksanaan Penelitian								
Analisis dan Pengelolaan Data								
Penulisan Skripsi								
Bimbingan								
Sidang Skripsi								
Bimbingan Akhir								
Revisi Akhir								