

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan media informasi semakin cepat sehingga menuntut seorang humas untuk mengikuti berbagai pemberitaan yang berkaitan dengan lembaga atau perusahaan. Seorang humas pada kondisi tersebut tidak hanya dituntut untuk mengetahui informasi yang berkembang di media, tetapi juga perlu memperhatikan tendensi pemberitaan, baik yang bersifat positif, negatif maupun netral. Hal tersebut penting karena pemberitaan di media dapat memengaruhi pembentukan citra dan reputasi suatu lembaga di mata publik.

Media monitoring menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan oleh humas untuk mengetahui perkembangan pemberitaan dan isu yang berkaitan dengan lembaga. Apabila media monitoring tidak dilakukan, lembaga atau perusahaan terlambat mengetahui adanya pemberitaan atau isu negatif yang berpotensi berkembang menjadi krisis dan memengaruhi citra serta reputasi lembaga.

Media monitoring di era digital saat ini menjadi salah satu elemen penting pada kegiatan kehumasan. Berdasarkan yang dijelaskan oleh Yusuf et al., (2025) kegiatan *media monitoring* saat ini tidak hanya sebatas memantau informasi saja, melainkan berkembang menjadi instrumen penting pada setiap keseluruhan proses manajemen isu. Hal ini menjadikan *media monitoring* mempunyai fungsi yang strategis di setiap kegiatan kehumasan, terutama sebagai alat untuk mendeteksi, menganalisis, dan mengantisipasi isu yang berpotensi dan memengaruhi citra lembaga.

Transformasi fungsi *media monitoring* dapat mencerminkan perubahan pemikiran pada praktik kehumasan modern, dengan pemantauan media, humas dapat menjalankan fungsi analisis isu secara komprehensif, merancang strategi komunikasi yang responsif, serta membangun narasi positif untuk menyeimbangkan opini publik. Selain itu, media monitoring tidak sebagai aktivitas teknis, melainkan sebagai instrumen strategis yang menentukan efektivitas terhadap manajemen isu dan keberhasilan komunikasi organisasi secara keseluruhan.

Berdasarkan pra-data penelitian yang dikutip dari *Goodstats.id* Alifah, (2022) yang diterbitkan pada 31 Oktober 2022, masyarakat Indonesia saat ini lebih cenderung melihat berita platform *online* atau media *online* dari pada surat kabar, hal ini berdasarkan temuan data laporan *Reuters Institue*. Data tersebut tercatat bahwa 89 persen responden memilih media *online* untuk mendapatkan informasi terbaru. Selain itu, survey tersebut mengungkapkan bahwa alat utama yang digunakan mayoritas penduduk Indonesia sebesar 85 persen untuk mengakses berita di internet melalui *smartphone*. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa 64 persen dari responden memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama mereka untuk mengosumsi suatu informasi.

Informasi yang tersebar melalui media online maupun media sosial akan diterima oleh publik sehingga terbentuklah sebuah opini publik. Opini ini sangat penting bagi perusahaan karena dapat mencerminkan tanggapan atau persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau lembaga tersebut. Melalui informasi yang diperoleh, publik akan menilai apakah opini positif atau negatif. Tentunya

informasi tentang perusahaan haruslah pemberitaan yang positif agar opini publik terhadap lembaga tersebut positif.

Penelitian ini dilakukan pada lembaga pemerintah daerah, yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jawa Barat, yaitu lembaga yang mempunyai peranan penting dalam mengembangkan di bidang industri dan perdagangan di wilayah Jawa Barat. Kinerja lembaga ini sering menjadi sorotan media, terutama ketika menyangkut isu harga, ketersediaan bahan pokok, dan kebijakan ekonomi daerah.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat merupakan lembaga pemerintah yang memiliki komitmen dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik. Komitmen tersebut dibuktikan melalui keberhasilan meraih predikat Zona Badan Publik Informatif pada tahun 2025 selama lima tahun berturut-turut. Penghargaan ini menunjukkan bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat dinilai mampu memenuhi standar pelayanan informasi publik sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomer 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Pencapaian tersebut mencerminkan lembaga tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi kepada masyarakat, tetapi berupaya menjaga kualitas, transparansi, serta akuntabilitas informasi yang dipublikasikan melalui berbagai media.

Berdasarkan tugas pokok dan fungsi lembaga Disperindag Jabar mempunyai peran strategis dalam mengelola pada bidang perindustrian dan perdagangan, diantaranya pembangunan sumber daya industri, sarana dan prasarana dan pemberdayaan industri, pengembangan perdagangan luar negeri dan

dalam negeri, perlindungan konsumen yang menjadi kewenangan daerah provinsi dalam melaksanakan tugas dekonsentrasi dan tugas pembantuan pada bidang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Informasi tentang kebijakan, program kerja, serta isu yang menyangkut perindustrian dan perdagangan mudah memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pemerintah daerah, karena itu salah satu tujuan media monitoring untuk memantau pemberitaan sekaligus mendukung proses evaluasi, pelaporan dan penyusunan kebijakan yang lebih responsip.

Berdasarkan sumber pra-data penelitian, Dinas Perindustrian dan Perdagangan melakukan kegiatan *media monitoring* seputar bidang Industri, Perdagangan serta memonitoring pemerintah daerah Jawa Barat yang berkaitan keduanya. Melalui kegiatan ini, merupakan langkah strategis untuk mendeteksi isu publik, memahami sentimen dari masyarakat, serta dapat mengevaluasi efektivitas kebijakan yang sedang berjalan langsung. (Wawancara dengan Ibu Hasna Murbarani Haura, 18 November 2025 di Kantor Disperindag Jabar)

Kegiatan *media monitoring* menjadi alat penting bagi humas Disperindag Jabar untuk mengetahui persepsi publik, mendeteksi isu strategis, dan merancang strategi komunikasi yang sesuai dengan kondisi masyarakat. Hasil dari *media monitoring*, seorang praktisi atau pranata kehumasan dapat dimanfaatkan terhadap respons isu dengan cepat, serta mengantisipasi potensi krisis komunikasi, dan dapat membangun narasi positif yang mencerminkan kinerja serta reputasi lembaga.

Menurut data dari laporan *media monitoring* tanggal 08 Oktober 2025, berdasarkan pemberitaan dari *sekitarbandung.com* membahas Harga Pangan

Bandung Fluktuatif Imbas Program MBG. Pemberitaan ini termasuk kategori sensitif ataupun negatif karena memberitakan bahwa adanya peningkatan atau kenaikan harga dari beberapa komoditas seperti telur ayam. Pada pemberitaan tersebut sempat menyinggung bahan komoditas lainnya turun dengan stabil seperti beras dan cabai merah.

Menurut data pra-penelitian yang dikutip oleh *Koran-Gala.id* yang diterbitkan pada Rabu, 24 Maret 2025, memberitakan bahwa Disperindag Jabar rutin menggelar Operasi Pasar Bersubsidi (OPADI) sebagai bentuk kepedulian terhadap stabilitas harga menjelang Hari Raya Idulfitri. Pemberitaan tersebut membantu humas Disperindag mengidentifikasi bagaimana pemberitaan media online membingkai program lembaga, menganalisis persepsi publik terhadap kinerja instansi, serta merancang strategi komunikais yang lebih responsif dan berbasis data.

Penelitian Isnaeny, Hakim, dan Winata (2025), membahas media monitoring untuk mengetahui kecenderungan opini publik terhadap kinerja Presiden Prabowo-Gibran selama satu tahun melalui percakapan di Instagram, TikTok, dan YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik didominasi sentimen negatif sebesar 53,3%, diikuti sentimen positif 33,5% dan netral 13,2%. Isu yang paling banyak diperbincangkan adalah program Makan Bergizi Gratis (MBG), pendidikan, serta persoalan pemerintahan seperti korupsi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat cenderung menilai kinerja pemerintah berdasarkan pelaksanaan dan dampak program terhadap kehidupan mereka.

Penelitian Pangestuti dan Santoso (2025) membahas aktivitas media monitoring yang dilakukan PT Metra-Net untuk memantau pemberitaan dan penyebutan perusahaan di berbagai media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media monitoring digunakan untuk melihat tone pemberitaan, sumber media, jumlah penyebutan, serta potensi pengaruh pemberitaan terhadap citra perusahaan. Pemberitaan mengenai PT Metra-Net mayoritas memiliki tone positif, sedangkan pemberitaan negatif ditemukan dalam jumlah terbatas. Data hasil monitoring kemudian digunakan sebagai bahan evaluasi dan dasar penyusunan strategi komunikasi, terutama dalam menentukan respons terhadap pemberitaan serta upaya menjaga dan meningkatkan citra perusahaan.

Berdasarkan penelitian tersebut, kajian mengenai media monitoring telah dilakukan berbagai fokus, diantaranya analisis sentimen publik dan pemanfaatan tools digital dalam kegiatan media monitoring perusahaan. Namun penelitian tersebut memiliki fokus dan objek yang berbeda dengan penelitian ini. Oleh karena terdapat celah penelitian (*gapresearch*) dalam mengkaji aktivitas media monitoring yang dilakukan secara langsung oleh seorang Humas pada lembaga pemerintah, yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat dengan menggunakan proses *data mining*, pengolahan data, serta analisis dan pelaporan data terhadap pemberitaan di media online.

Kegiatan *media monitoring* merupakan alat bagi seorang *public relation* atau pranata kehumasan untuk mendapatkan data publik mengenai lembaganya. Dengan begitu, media monitoring tidak hanya dilakukan oleh humas, mereka bisa menggunakan jasa atau rekan untuk mendukung dalam mendapatkan data tersebut.

Alasan tersebut karena pekerjaan dari seorang humas adalah bagaimana cara mereka mengolah hasil dari media monitoring tersebut, dan apa yang harus mereka lakukan dalam menghadapi opini masyarakat dan media terkait pemberitaan yang ada.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini berfokus pada proses *Media Monitoring* dalam media *online* selama satu tahun. Peneliti merumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses *data mining* yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat?
2. Bagaimana proses pengolahan data yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat?
3. Bagaimana proses analisis dan pelaporan data yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan hasil berupa data kualitatif terkait proses kegiatan media monitoring khususnya pada media online yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat. Tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Mengetahui proses *data mining* yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

2. Mengetahui proses pengolahan data yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.
3. Mengetahui proses analisis dan pelaporan data yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang *public relations*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi ilmiah yang relevan dalam kajian literatur media monitoring melalui perspektif Iswandi Syahputra. Selain itu penelitian ini bisa memberikan gambaran mengenai media monitoring pada institusi pemerintah daerah sehingga menjadi literatur pendukung dalam mengembangkan konsep terkait media relations, dan manajemen isu pada konteks kehumasan sektor publik.

Selain itu, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa aktivitas media monitoring pada Humas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat tidak berhenti pada kegiatan mengumpulkan berita, tetapi mencakup proses pengelolaan dan analisis informasi untuk mengetahui perkembangan isu serta kecenderungan pemberitaan mengenai lembaga. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi empiris dalam memahami penerapan media monitoring pada lembaga pemerintahan, sekaligus menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji aktivitas media monitoring dengan objek, konteks, atau permasalahan yang berbeda.

1.4.2 Kegunaan Praktik

Praktisnya penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan mendalam tentang *media monitoring* melalui konsep tahapan media monitoring yang dikemukakan oleh Iswandi Syahputra dengan tiga tahapan, yaitu *data mining*, pengolahan data, serta analisis dan pelaporan data. Selain itu, penelitian ini bisa membantu instansi dalam membantu mengambil keputusan, penyusunan strategi serta penguatan upaya citra lembaga dari segi *media relations*.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya aktivitas media monitoring dalam mendukung pengelolaan informasi dan pemantauan pemberitaan mengenai lembaga. Informasi yang diperoleh melalui media monitoring dapat menjadi salah satu bahan bagi pihak internal dalam memahami perkembangan isu di bidang perindustrian dan perdagangan, mempertimbangkan langkah komunikasi yang diperlukan, serta mendukung upaya menjaga citra dan reputasi lembaga di ruang publik.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Peneliti menggunakan konsep atau tahapan media monitoring Iswandi Syahputra (2019) dalam bukunya "*Media Relations: Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*". Konsep atau tahapan ini dipilih karena pada konsep ini memberikan gambaran dari tahapan media monitoring, sehingga proses ini menjadi landasan bagi peneliti untuk menguraikan tahapan tersebut secara sistematis, mulai dari proses memperoleh informasi hingga bagaimana informasi tersebut diolah dan disajikan dalam bentuk laporan.

Humas di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat sebagai bagian yang menjalankan fungsi kehumasan memiliki kebutuhan untuk mengetahui perkembangan pemberitaan mengenai lembaga di media online. Pemberitaan yang berkaitan dengan bidang perindustrian dan perdagangan dapat menjadi informasi bagi humas dalam memahami isu yang berkembang dan bagaimana lembaga diberitakan oleh media. Oleh karena itu, konsep media monitoring Syahputra digunakan sebagai acuan untuk menggambarkan aktivitas media monitoring yang dilakukan oleh Humas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat, tanpa terlebih dahulu menentukan bagaimana pelaksanaan setiap tahap tersebut sebelum penelitian dilakukan. Konsep ini di kemukakan oleh Iswandi Syahputra (2019: 155) mempunyai tiga tahapan, sebagai berikut:

1. Tahap *Data Mining* (*Menambang Data*)

Proses merupakan pencarian data yang diperlukan baik secara online maupun menggunakan perangkat tertentu dengan menggunakan kata kunci yang terkait dengan lembaga. Biasanya proses ini mencari, menemukan, dan mengikuti disetiap informasi yang ditemukan di internet. Proses ini mencakupi seluruh informasi dan percakapan yang berbasis internet yang ditemukan di internet dan hasil itu disebut dengan sebagai data mentah. Oleh karena itu, tahap *data mining* menjadi bagian penting karena menentukan informasi apa saja yang dapat diperoleh dan digunakan dalam kegiatan media monitoring.

Dalam penelitian ini, kegiatan media monitoring pada Humas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat diketahui berkaitan dengan pencarian pemberitaan menggunakan kata kunci yang berhubungan dengan bidang

industri dan perdagangan. Pemberitaan yang dianggap berkaitan dengan lembaga kemudian menjadi data awal yang dapat dikumpulkan untuk keperluan media monitoring. Hal tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk melihat lebih lanjut bagaimana proses data mining dilakukan dalam aktivitas media monitoring pada media online, mulai dari penentuan kata kunci, pencarian informasi, hingga pengumpulan pemberitaan yang relevan.

2. Tahap Pengolahan Data

Seluruh data mentah atau hasil pengumpulan berita kemudian dikelola dan disusun sesuai kategori dari masing-masing pemberitaan. Proses biasanya menentukan tone berita atau nada suatu pesan yang ada pada berita. Tone berita ada kategori, diantaranya netral, positif dan negatif. Pengolahan tersebut diperlukan agar kumpulan pemberitaan yang sebelumnya masih berupa data mentah dapat memberikan Gambaran yang lebih jelas mengenai pemberitaan yang berkembang.

Pada tahap ini, pemberitaan yang berkaitan dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat menjadi data yang perlu dikelola berdasarkan kategori tertentu, seperti isu, topik, waktu publikasi, dan kecenderungan pemberitaan. Pengelompokan tersebut menjadi gambaran awal bagi peneliti bahwa data hasil media monitoring perlu diolah terlebih dahulu sebelum dianalisis lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggambarkan bagaimana proses pengolahan data dilakukan, termasuk proses kategorisasi pemberitaan dan penentuan tone berita dalam aktivitas media monitoring pada media online.

3. Tahap Analisis dan Pelaporan

Proses ini dilakukan sebagai salah satu bentuk dari tanggapan atas penentuan suatu tone berita. Hasil analisis akan sangat berpengaruh pada lembaga atau Perusahaan dalam pengambilan Keputusan. Data yang sudah ditentukan akan disusun dan dikelompokkan dan dianalisis secara keseluruhan, lalu hasil tersebut akan dirangkum dan dapat menambahkan rekomendasi atau masukan yang akan menjadi insight lembaga dan pengumpulan laporan tersebut bisa dalam bentuk laporan harian, mingguan, atau bulanan.

Pada tahap ini, kegiatan media monitoring pada Humas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat memiliki gambaran bahwa pemberitaan yang telah dikumpulkan dan diolah selanjutnya perlu dianalisis serta disusun dalam bentuk laporan. Laporan tersebut dapat menjadi sumber informasi mengenai perkembangan isu dan pemberitaan yang berkaitan dengan lembaga, sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi maupun pertimbangan dalam menentukan langkah selanjutnya. Gambaran awal tersebut kemudian menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana proses analisis dan pelaporan dilakukan dalam aktivitas media monitoring pada media online.

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1 *Media Relations*

Peran media saat ini menjadi penting dalam mendukung efektivitas komunikasi pada kelompok. Iriantara (2011: 32) menjelaskan bahwa *media relations* merupakan bagian *Public Relations Eksternal* yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi

antara organisasi dari publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Hubungan tersebut diposisikan sebagai sarana strategis untuk menjembatani komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Melalui kemitraan yang baik dengan media, organisasi atau Lembaga dapat menyampaikan informasi, membangun citra serta dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Media tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi, tetapi sebagai mitra strategis yang dapat membentuk persepsi publik. Iriantara (2011: 29) mengutip dari Lesly (1991: 7) menjelaskan bahwa *media relations* sebagai berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap organisasi. *Media relations* tidak hanya sebatas mengirimkan informasi tetapi bisa mencakup kemampuan organisasi untuk memahami kebutuhan media, menyediakan akses informasi serta memastikan hubungan yang profesional yang saling menguntungkan.

1.5.2.2 Media Online

Hadirnya media digital telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh dan mengosumsi informasi. (Romli, 2018) menjelaskan bahwa media *online (online media)* merupakan pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan disebarluaskan melalui internet terkhususnya melalui situs web yang dapat diakses secara daring. Adanya media ini sebagai generasi ketiga setelah media cetak atau *printed media* yang mencakup koran, tabloid, majalah, dan buku serta media elektronik atau *electronic media* yang mencakup radio, televisi dan film atau video.

Hal ini bisa menjadikan *media online* bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai bagian penting dalam komunikasi masa kini.

Media massa saat ini tidak lagi terbatas pada bentuk cetak maupun elektronik. Akbar (2006: 13) menjelaskan bahwa *media online* adalah media massa yang dapat ditemukan di internet, *media online* menggunakan gabungan antara proses media cetak dan media elektronik, yaitu dengan menyajikan informasi dalam bentuk tulisan yang disalurkan melalui sarana berbasis internet. Penggabungan tersebut dapat memungkinkan media online hadir dengan konten atau informasi yang lebih cepat dan mudah diperbarui dan dapat diakses kapanpun oleh pengguna.

1.5.2.3 Humas Pemerintah

Saat ini pemerintah ditandai dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan komunikasi secara transparan. Suprawoto (2018: 50) menjelaskan bahwa humas pemerintah sangat melekat pada salah satu fungsi manajemen, pemerintah tidak akan berjalan sebagaimana mestinya tanpa adanya humas, terlebih di era perkembangan teknologi saat ini membuat arus informasi semakin cepat. Keberadaan humas pemerintah bisa membantu dalam mengelola segala informasi, menjembatani komunikasi dengan masyarakat, serta memastikan bahwa proses penyampaian pesan bisa berlangsung secara jelas, terarah dan sesuai dengan tujuan utama.

Keterbukaan informasi menjadi kunci untuk membangun kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah. Soemirat & Ardianto (2012: 239) menjelaskan bahwa humas pemerintahan berperan sebagai pemberi informasi mengenai kebijakan pemerintah dengan mempermudah jalur birokrasi yang tidak

mbingungkan dan dapat memberikan pelayanan terbaik bagi publiknya. Tujuan dilakukan agar pelayanan tersebut dapat diberikan secara optimal dan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat, dengan menyajikan informasi secara jelas, terstruktur, dan mudah dipahami, sehingga humas pemerintah secara tidak langsung membangun citra positif di mata publik.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat lantai 2 sekretariat, Jln.Asia Afrika No.146, Paledang, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261. Lokasi ini dipilih berdasarkan objek penelitian yang akan dikaji oleh peneliti dan sumber data mengenai media monitoring yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Pada sebuah penelitian, paradigma dapat dipahami sebagai asumsi dasar atau konsep yang berfungsi mengarahkan alur berfikir seorang peneliti. Paradigma dapat dipersepsikan sebagai suatu kerangka ideologis yang membuat perspektif tertentu dalam memandang realitas serta menyediakan standar penilaian yang konsisten terhadap proses suatu penelitian dengan metode yang sejenis. Kriyantono (2014: 592) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial. Kebenaran dari sebuah realitas bersifat relative dan hanya berlaku pada konteks tertentu yang dianggap relevan. Realitas dipahami

sebagai bentuk konstruksi mental individu yang terbentuk melalui pengalaman, konteks, serta dimensi waktu.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti berupaya menafsirkan dan memahami informasi yang disampaikan oleh informan terkait peristiwa atau fenomena yang menjadi focus kajian. Paradigma ini menegaskan bahwa realitas sosial setiap individu bersifat unik dan tidak dapat diseragamkan. Dengan demikian, keberagaman realitas tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman, melainkan cara individu berfikir serta kondisi objektif yang melingkupi situasi penelitian tersebut.

Penelitian ini menerapkan paradigma konstruktivisme yang berfokus pada keberagaman cara pandang individu. Paradigma ini memandang bahwa setiap individu memiliki perspektif yang berbeda, dan perbedaan tersebut dipahami sebagai bentuk kebenaran atas realitas sosial yang mereka alami. Paradigma ini dinilai tepat pada penelitian ini karena media monitoring merupakan salah satu realitas sosial yang secara tidak langsung dapat diamati pada konteks kekinian.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mempelajari kegiatan media monitoring di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat. Konsep ini menjadi salah satu proses evaluasi terhadap media relations dan sebagai input untuk proses komunikasi internal perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data yang akan didapatkan akan lengkap, mendalam, bermakna dan kredibel. Sugiyoni (2018: 115) menjelaskan bahwa penelitian yang menggunakan kualitatif dapat menemukan sebuah proses diantaranya proses

kerja dan perkembangan atas sebuah kegiatan yang bersifat deskriptif dan mendalam berdasarkan pemahaman.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan peristiwa yang terjadi. Bado (2022: 28-29) Metode kualitatif merupakan suatu metode berganda dalam suatu fokus, yang didalamnya melibatkan pendekatan interpretatif dan wajar terhadap setiap pokok permasalahan. Penelitian ini biasanya melibatkan penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris, diantaranya studi kasus, pengalaman pribadi, instrospeksi, Riwayat hidup, wawancara pengamatan, teks Sejarah, interaksional dan visual.

Hal tersebut menunjukan bahwa penelitian kualitatif tidak hanya memusatkan pada satu data Tunggal, melainkan memanfaatkan berbagai sumber informasi yang diperoleh oleh pemahaman yang mendalam terhadap penelitian ini. Dengan demikian, metode kualitatif mempunyai relevansi bahwa penelitian tidak hanya mengukur melainkan menjelaskan, menggambarkan, dan menafsirkan fenomena yang sedang berlangsung.

Pada penelitian ini, peneliti menggambarkan dan menginterpretasikan proses kegiatan media monitoring yang dilakukan Humas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini membutuhkan penggalian data melalui wawancara, observasi. Dokumentasi pemebritaan media online, serta analisis proses yang terjadi di dalam instansi.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

Data pada suatu penelitian merupakan komponen paling penting, karena didalamnya terdapat Kumpulan informasi yang dapat digunakan sebagai acuan sekaligus referensi untuk masalah penelitian ini.

1.6.4.1 Jenis Data

Peneliti memilih menggunakan data kualitatif alasanya karena informasi yang didalamnya berbentuk tulisan maupun lisan, data ini dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh peneliti. Data ini akan menggambarkan selurus proses pada kegiatan media monitoring yang dilakukan Humas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

1.6.4.2 Sumber Data

Data yang sudah dikumpulkan di lapangan, informan, dan kajian literatur secara tidak langsung merupakan komponen penting pada penelitian ini. Berikut sumber data yang akan digunakan pada penelitian ini:

1) Sumber Data Primer

Data primer pada penelitian ini merupakan sumber penting dan akan dijadikan referensi utama, yaitu hasil dari wawancara dan observasi pada kegiatan media monitoring Humas Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

2) Sumber Data Sekunder

Pada penelitian ini, data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari narasumber , tapi dalam bentuk dokumen laporan, website resmi,

media sosial Dinas Perindustrian dan Perdagangan ataupun data yang dapat digunakan sebagai data sekunder.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Informan pada penelitian ini individu yang mengenal dan terlibat langsung pada penelitian ini. Creswell & Poth (2018: 124) menjelaskan mengenai eksplorasi fenomena, identifikasi kelompok individu dapat dilakukan dengan berbagai variasi, mulai dari tiga hingga empat bahkan maksimal lima belas orang. Pada penelitian ini, peneliti memilih informan dari divisi media monitoring Dinas Perindustrian dan Perdagangan, alasannya divisi tersebut mempunyai informasi yang meliputi data-data media monitoring yang dilakukan. Peneliti memilih empat Informan pada penelitian ini, diantaranya

- 1) Kepala staff pranata kehumasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.
- 2) Penanggung jawab kegiatan media monitoring staff pranata kehumasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.
- 3) Staff pranata kehumasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.
- 4) Asisten kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan salah satu pengumpulan data yang melibatkan tanya jawab antara dua orang dengan tujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Menurut Sugiyoni (2018: 317) dalam bukunya

Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, menjelaskan bahwa wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Hal ini bisa merupakan salah satu tujuan untuk mendapatkan informasi sekaligus jawaban dari permasalahan pada penelitian ini.

Peneliti memilih wawancara mendalam karena fokusnya untuk mendapatkan data penelitian yang lebih kompleks dan mendalam terkait kegiatan media monitoring Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Pelaksanaan wawancara ini dirancang sebagai suatu proses yang fleksibel dan terkesan simple sehingga tidak terikat pada pedoman wawancara. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini dapat mengeksplorasi pada permasalahan secara luas dan objektif.

1.6.6.2 Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dari sekumpulan beberapa dokumen baik arsip maupun laporan. Sugiyoni (2018: 476) metode dokumentasi salah cara untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Dokumentasi pada penelitian ini bisa berbentuk foto ataupun laporan resmi. Dokumentasi yang akan digunakan dokumen resmi yang didapat dari kedinasan asli, sehingga data yang digunakan valid dan bisa dipercaya karena data tersebut relevan dengan penelitian yang digunakan.

1.6.6.3 Observasi Partisipatori Pasif

Observasi merupakan metode merupakan Teknik dari pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian sesuai dengan fenomena yang berlangsung di lapangan. Pada penelitian ini, peneliti melaksanakan observasi dengan mengunjungi serta mengamati secara langsung Lokasi penelitian untuk menjamin ketepatan dan keakuratan data yang diperoleh.

Fokus observasi pada penelitian ini adalah pada proses kegiatan media monitoring mengenai Lembaga pemerintah daerah provinsi Jawa Barat, khususnya pada Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis dari data-data akan dimulai dengan cara mengumpulkan data-data yang telah didapatkan dari berbagai sumber, lalu dibaca dan dipahami. Terdapat tiga tahapan dari analisis data menurut Miles & Huberman (2007: 16) yaitu:

1) Reduksi Data

Data yang diperoleh dari informan akan dipilih oleh peneliti dan akan memperdalam pada data yang telah diambil melalui beberapa cara, lalu akan di analisis secara berkelanjutan dan akan menggunakan usaha untuk menemukan tema dan pola pada penelitian ini.

2) Penyajian Data

Proses selanjutnya yaitu menyajikan data yang merupakan informasi yang telah disusun pada proses awal. Hal ini akan lebih mudah dan dapat dipahami, kemudian data tersebut akan dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan label yang

3) Penarikan Simpulan

1.6.8. Rencana Jadwal Penelitian

[illegible]

	Pelaksanaan Penelitian									
	Analisis dan Pengolahan Data Penelitian									
	Penyusunan Laporan Penelitian									
	Bimbingan Skripsi									
4.	Tahap Keempat : Sidang Skripsi									
	Sidang Akhir Skripsi									
	Revisi Akhir Skripsi									

Tabel 1.1. Rencana Penelitian
(Sumber: Olahan Peneliti)

