

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembentukan opini publik merupakan salah satu kegiatan *Public Relations* atau yang lebih kita kenal dengan sebutan humas. Opini publik penting untuk keberlangsungan suatu perusahaan atau instansi termasuk instansi pemerintahan, karena dengan mengetahui opini yang terbentuk di masyarakat dapat menjadi bahan evaluasi untuk kedepannya dan memengaruhi kebijakan sebuah pemerintahan.

Fauzi Syarief (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter SBY), vol 3 (3)”, menyebutkan bahwasannya antara opini publik terbentuk karena adanya pesan dari komunikator kemudian terjadilah diskusi diantara komunikan lalu komunikan tersebut mengambil sebuah sikap terhadap isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Media sosial merupakan salah satu jenis media yang dapat berjalan beriringan dengan terbentuknya opini publik, karena media sosial merupakan salah satu media yang memenuhi syarat untuk menyampaikan pesan dengan mudah dan cepat dari komunikator ke komunikan.

Sederhananya opini publik merupakan sebuah keputusan yang diambil oleh sekelompok orang yang mempunyai beberapa kesamaan. Keputusan tersebut dapat berupa persepsi, tindakan, dan sikap positif atau negatif terhadap sebuah isu. Opini publik tidak akan terbentuk kecuali dengan adanya penyebaran isu melalui

sebuah media. Media yang saat ini banyak digunakan ialah media sosial dengan memanfaatkan jejaring internet.

Media sosial merupakan media yang bersifat dua arah sehingga seorang humas dari sebuah perusahaan atau instansi dengan mudahnya mengetahui aspirasi langsung dari publik sasarnya. Penggunaan media sosial yang mudah digunakan menjadi pilihan tertentu untuk melakukan aktifitas seorang humas sebuah perusahaan atau instansi. Terdapat banyak jenis media sosial yang banyak digunakan salah satunya Facebook dan Instagram.

Muhammad 'Ariful Furqon, dkk (2018) dalam jurnalnya yang berjudul "Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet", Jurnal Sosial Teknologi Vol. 17 No. 2, menegaskan sebagai alat baru, media sosial digunakan untuk melengkapi layanan pemerintahan yang ada dengan berbantu internet. Penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah dapat menjadikan institusi publik yang lebih responsif dan transparan, mempromosikan kemitraan pemerintahan yang lebih efisien, dan memberdayakan masyarakat dengan pengetahuan dan sumber daya yang lebih mudah dan cepat diakses secara langsung.

Penggunaan media sosial sudah menjadi terobosan baru di beberapa bidang pemerintahan, karena saat ini masyarakat lebih banyak menilai dan menuangkan aspirasinya terhadap kebijakan pemerintah melalui media sosial. Humas pemerintah saat ini dituntut harus dapat mengontrol segala kebijakan pemerintah yang dimuat di media sosial untuk menghasilkan opini yang menguntungkan dan kepercayaan dari masyarakat.

Berdasarkan data pra penelitian Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang memiliki akun media sosial seperti Facebook dengan nama *fan page* Protokol & Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Subang yang memiliki 2.553 like dan 2.712 pengikut, sedangkan akun Instagram yang dimiliki dengan nama akun *prokompim.subang* yang memiliki 1.220 pengikut dan 421 unggahan. Unggahan yang terdapat di media sosial milik Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang berisi berbagai kegiatan Bupati dan Wakil Bupati Subang, kebijakan pemerintahan, dan berbagai kegiatan yang diadakan oleh pemerintah.

Peneliti juga melakukan pra wawancara dengan *admin* yang mengelola akun Instagram milik Sub Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang, bahwasannya pengikut akun tersebut didominasi dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 68% sedangkan perempuan 32%. Lokasi *followers* tidak hanya yang berdomisili di Kabupaten Subang melainkan dari beberapa kota yang terdapat di Indonesia seperti Bandung, Jakarta, Purwakarta, dan Medan. Rentan usia *followers* akun tersebut didominasi dari usia 25-34 tahun (Narasumber: Irwan, 2019).

Data yang peneliti dapatkan saat pra observasi bahwasannya dalam beberapa pergantian sistem dan kebijakan pemerintah Kabupaten Subang masih banyak fasilitas umum yang belum juga diperbaiki, seperti masih banyaknya kerusakan jalan di beberapa lokasi yang merugikan masyarakat Kabupaten Subang, hal seperti itu yang dapat memicu terbentuknya opini di masyarakat. Opini publik yang tersebar dapat diketahui melalui komentar disetiap postingan

pada media sosial Facebook dan Instagram, seperti pada media sosial Facebook dalam waktu enam bulan (Juni-November) di tahun 2019 terdapat 670 komentar dengan pengklasifikasian komentar positif dan negatif. Komentar positif sebanyak 174 komentar yang mendominasi daripada komentar negatif sebanyak 145 komentar, sedangkan sisanya merupakan komentar yang berisi promosi dan hal-hal yang tidak terkait dengan kebijakan pemerintah.

Berdasarkan data pra observasi pada akun Instagram Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang peneliti menemukan setiap postingan di Instagram di Facebook dengan tema yang sama tetapi berbeda pada penulisan *caption* yang lebih menarik untuk di Instagram. Fitur komentar pada Instagram menjadi salah satu untuk melihat opini yang sedang tersebar di masyarakat, seperti pada kurun waktu 6 bulan (Juni-November) di 2019 memiliki 214 komentar dengan 56 komentar positif dan 44 komentar negatif, sedangkan sisanya merupakan komentar yang tidak berkaitan dengan kebijakan pemerintah.

Sekretariat daerah Kabupaten Subang termasuk pemerintahan daerah yang juga menggunakan berbagai jenis media sosial. Humas pemerintah dalam mengelola media sosial sudah seharusnya dapat mensinkronkan keadaan masyarakat dengan kebijakan pemerintah. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang merupakan bagian yang menjalankan fungsi kehumasan di Sekretariat Kabupaten Subang. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang juga aktif dalam mengelola akun media sosial Facebook dan Instagram dengan konsisten memposting kegiatan Bupati dan Wakil Bupati disetiap harinya.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti penggunaan media sosial Facebook dan Instagram oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang dalam membentuk opini di masyarakat sehingga dapat menghasilkan opini yang menguntungkan untuk kemajuan pemerintah. Peneliti melihat bahwa Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang aktif menggunakan sosial media untuk kegiatan publikasi.

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif karena peneliti akan berusaha mendeskriptifkan secara mendalam mengenai pembentukan opini publik melalui media sosial oleh Sub Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang, sedangkan paradigma yang digunakan ialah paradigma konstruktivisme karena peneliti melihat bagaimana suatu realitas sosial dikonstruksikan.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bagaimana Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Setda Kab. Subang membentuk opini publik melalui pengelolaan media sosial. Sesuai dengan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses pembuatan berita oleh Bagian Prokompim Setda Kab. Subang untuk dibagikan kepada publik?
- 2) Bagaimana pengelolaan media sosial Facebook dan Instagram oleh Bagian Prokompim Setda Kab. Subang dalam menyebarkan berita?
- 3) Bagaimana proses menanggapi opini publik dan menyelesaikan isu negatif di media sosial Facebook dan Instagram oleh Bagian Prokompim Setda Kab. Subang?

- 4) Bagaimana Proses implementasi dari opini publik oleh pemerintah Setda Kabupaten Subang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengkaji realitas mengenai:

- 1) Proses pembuatan berita oleh Bagian Prokompim Setda Kab. Subang untuk dibagikan kepada publik.
- 2) Pengelolaan media sosial Facebook dan Instagram oleh Prokompim Setda Kab. Subang dalam menyebarkan berita.
- 3) Proses menanggapi opini publik dan menyelesaikan isu negatif di media sosial Facebook dan Instagram oleh Prokompim Setda Kab. Subang.
- 4) Proses implementasi dari opini publik oleh pemerintah Setda Kabupaten Subang

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu literatur yang dapat menambah *khazanah* teori-teori yang berkaitan dengan pembentukan opini publik melalui media sosial di humas pemerintahan, selain itu hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi humas di berbagai instansi pemerintahan untuk menangani keluhan masyarakat dengan pembentukan opini publik melalui media sosial.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Tinjauan mengenai beberapa penelitian terdahulu dengan tema yang sama bertujuan membandingkan penelitian yang sedang dilakukan sehingga menentukan letak posisi penelitian di tengah-tengah penelitian terdahulu.

Fauzi Syarief (2017) Program Studi Penyiaran Akademi Komunikasi BSI Jakarta, Jurnal Komunikasi, Volume VIII (3), dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter SBY)”, menggunakan metode kualitatif.

Penelitian tersebut membahas mengenai media sosial mempengaruhi bagaimana opini publik terbentuk pada sosok pak SBY. Keseharian pak SBY dengan mudah dapat diketahui oleh masyarakat melalui akun media sosialnya khususnya di Twitter, sehingga masyarakat menghasilkan opini terhadap hal tersebut. Persamaan yang terdapat pada penelitian yang akan diteliti yaitu sama-sama meneliti pembentukan opini publik dengan menggunakan media sosial. Perbedaannya media sosial yang digunakan peneliti ialah Facebook dan Instagram, perbedaan juga terdapat pada objek yang akan diteliti.

Muhammad ‘Ariful Furqon, dkk (2017) Departemen Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, Jurnal Sosial Teknologi Vol. 17 No. 2, dengan judul “Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet”, menggunakan metode *crawling* (penggunaan perangkat lunak).

Jurnal tersebut meneliti penggunaan *electronic Government (E-Government)* pada sejumlah pemerintah daerah yang menggunakan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 39 akun Facebook yang paling aktif milik pemerintah daerah berdasarkan *like*. Hasil yang didapat dalam penelitian tersebut adalah postingan berupa video pada akun Facebook milik Pemda lebih banyak memperoleh respon positif dari publik, dan tingkat sentimen publik tergolong positif pada halaman Facebook. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti terdapat pada jenis media yang digunakan yaitu media sosial Facebook, dan objek yang akan diteliti berupa respon publik terhadap pemerintah daerah. Perbedaan penelitian terdapat pada metode penelitian.

Afifah Nurul Izzat, dkk (2018) departemen Sistem Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, Jurnal Sistem Informasi Vol. 14, dengan judul “Kategorisasi Jenis Interaksi Pemerintah Dan Masyarakat Serta Popularitas Media Sosial Pemerintah Daerah”, dengan metode penelitian kuantitatif.

Penelitian tersebut membahas mengenai media sosial merupakan media komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat dalam keberhasilan kebijakan pemerintah. Penelitian tersebut terfokus menganalisa jenis interaksi di media sosial Facebook pemerintah daerah dan popularitas akun media sosial pemerintah. Hasil yang didapat dalam penelitian tersebut yaitu masih rendahnya popularitas akun Facebook pemerintah daerah dikalangan

masyarakat, dengan bukti masih rendahnya kolaborasi dan partisipasi antara pemerintah dan masyarakat.

Terdapat persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti yaitu sama-sama meneliti penggunaan media sosial yang terfokus pada Facebook di pemerintah daerah. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian dan fokus penelitian yang akan diteliti yaitu pembentukan opini publik melalui media sosial.

M. Farrid Nurrohmah (2016) Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, skripsi dengan judul penelitian “Pemerintah dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Pegawai Humas dan Protokol SETDA Surakarta Terhadap Media Sosial)”, menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Skripsi tersebut membahas mengenai penggunaan media sosial oleh Humas dan Protokol Setda Surakarta, dengan tujuan mengetahui persepsi staf Humas dan Protokol Setda Surakarta terhadap karakteristik media sosial. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan kehadiran media sosial dalam pembuatan konten dan penyebaran informasi mampu membuat responden menjadi aktif dalam hal tersebut, dan penggunaan media sosial memudahkan responden dalam memberikan opini.

Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti sama membahas mengenai penggunaan media sosial oleh Humas pemerintah daerah, begitupun dengan objek yang diteliti. Perbedaannya terdapat pada fokus penelitian dan

metode penelitian, sedangkan penelitian yang akan diteliti fokus pada pembentukan opini publik dan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Retno Ridho Rahmawati (2018) Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Skripsi yang berjudul “Pembentukan Citra Kota Surabaya Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Framing pada Akun Instagram @surabaya)”, dengan metode analisis *framing*.

Penelitian teraebut membahas mengenai penggunaan salah satu jenis media sosial yang berupa Instagram oleh Humas Pemerintah kota Surabaya dengan nama akun @surabaya dalam pembentukan citra kota Surabaya. Kesimpulan yang terdapat dalam hasil penelitian tersebut dalam penulisan caption di setiap postingan foto atau video pada akun @surabaya terdapat penekanan dan pengulangan kata-kata tertentu. Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu sama-sama meneliti akun Instagram milik pemerintah, sedangkan perbedaannya dalam metode penelitian dan fokus penelitian.

Tabel 1
Hasil Penelitian Sebelumnya

| No | Nama | Judul | Metode | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|-----------|----------------------|---|-------------------|--|---|---|
| 1 | Fauzi Syarief (2017) | Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter SBY) | Metode kualitatif | Kemajuan teknologi dan dengan adanya media sosial mempengaruhi bagaimana opini publik terbentuk. Keseharian pak SBY dengan mudah dapat diketahui oleh masyarakat melalui akun media sosialnya khususnya di Twitter, sehingga masyarakat menghasilkan opini | Sama-sama meneliti pembentukan opini publik dengan menggunakan media sosial | Perbedaanya media sosial yang digunakan peneliti ialah Facebook dan Instagram, perbedaan juga terdapat pada objek yang akan |

| | | | | | | |
|---|-------------------------------------|--|---|---|---|--|
| | | | | terhadap hal tersebut. | | diteliti. |
| 2 | Muhammad 'Ariful Furqon, dkk (2017) | Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet | Metode <i>crawling</i> (penggunaan perangkat lunak) | Postingan berupa video pada akun Facebook milik Pemda lebih banyak memperoleh respon positif dari publik, dan tingkat sentimen publik tergolong positif pada halaman Facebook. | Jenis media yang digunakan yaitu media sosial Facebook, dan objek yang akan diteliti berupa respon publik terhadap pemerintah daerah. | Perbedaan penelitian terdapat pada metode penelitian |
| 3 | Afifah Nurul Izzat, dkk (2018) | Kategorisasi Jenis Interaksi Pemerintah Dan Masyarakat Serta Popularitas Media Sosial Pemerintah Daerah | Metode penelitian kuantitatif. | Rendahnya popularitas akun Facebook pemerintah daerah dikalangan masyarakat, dengan bukti masih rendahnya kolaborasi dan partisipasi pemerintah dan masyarakat. | Sama-sama meneliti penggunaan media sosial yang terfokus pada Facebook di pemerintah daerah. | Perbedaan ya terdapat pada metode penelitian dan fokus penelitian yang akan diteliti yaitu pembentukan opini publik melalui media sosial. |
| 4 | M. Farrid Nurrohman (2016) | Pemerintah dan Media Sosial (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Pegawai Humas dan Protokol SETDA Surakarta Terhadap Media Sosial) | Metode deskriptif kuantitatif | Kehadiran media sosial dalam pembuatan konten dan penyebaran informasi mampu membuat responden menjadi aktif dalam hal tersebut, dan penggunaan media sosial memudahkan responden dalam memberikan opini. | Sama-sama membahas mengenai penggunaan media sosial oleh Humas pemerintah daerah, begitupun dengan objek yang diteliti. | Perbedaan ya terdapat pada fokus penelitian dan metode penelitian, sedangkan penelitian yang akan diteliti fokus pada pembentukan opini publik dan menggunakan metode penelitian kualitatif. |

| | | | | | | |
|---|------------------------------|---|----------------------------------|--|--|--|
| 5 | Retno Ridho Rahmawati (2018) | Pembentukan Citra Kota Surabaya Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Framing pada Akun Instagram @surabaya) | Metode analisis <i>framing</i> . | Kesimpulan yang terdapat dalam hasil penelitian tersebut dalam penulisan caption di setiap postingan foto atau video pada akun @surabaya terdapat penekanan dan pengulangan kata-kata tertentu untuk pemebentukan citra. | Sama-sama meneliti akun Instagram milik pemerintah | Perbedaan dalam metode penelitian dan fokus penelitan. |
|---|------------------------------|---|----------------------------------|--|--|--|

2. Landasan Teoritis

a) *Public Sphere Virtual* (Ruang Publik Virtual)

Asumsi dasar atas teori ruang publik bahwasannya sekumpulan orang-orang tertentu yang mempunyai tujuan sama sehingga terbentuklah sebuah ruang untuk mewadahi setiap aspirasi dan kritik untuk pembuat kebijakan. Teori ini dikemukakan oleh Jurgen Habermas (1989) dalam buku dengan judul *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Gourageois Society*.

Mengutip dari jurnal Nasrullah (2012) dengan judul *Internet dan Ruang Publik Virtual, Sebuah Refleksi atas Teori Ruang Publik Habermas* Vo.1 (1). bahwasannnya ruang publik saat itu terbentuk di tempat-tempat pertemuan khusus, ruang-ruang baca, bahkan di café. Seiring berkembangnya jaman dengan adanya teknologi *internet* saat ini ruang baca lebih dikenal dengan sebutan *Virtual Space*. Teori ini digunakan peneliti sebagai landasan bahwasannya *Virtual Space* (ruang baca *virtual*) merupakan tempat tertuangnya aspirasi masyarakat di kolom komentar pada

media sosial Facebook dan Facebook saat ini yang kemudian dapat menjadi opini publik terhadap sebuah isu.

b) *Social Construction of Technology (SCOT)*

Teori *Social Construction of Technology (SCoT)* merupakan teori yang mempunyai asumsi dasar bahwa manusia yang mengkonstruksi teknologi. Teori ini menekankan kebutuhan manusia yang memengaruhi adanya teknologi, jadi kemunculan sebuah teknologi tidak lain untuk menjawab dan memenuhi kebutuhan manusia. Teori SCoT dikemukakan pertamakali oleh Trevor Pinch dan Wiebe Bijker 1984 dalam jurnalnya yang berjudul “*The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other*”.

Keterkaitan teori ini dengan penelitian yang akan diteliti ialah dimana opini publik yang menguntungkan merupakan salah satu kebutuhan Sub Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang, dengan adanya teknologi media sosial merupakan jawaban atas bagaimana opini publik menguntungkan itu terbentuk.

3. Kerangka Konseptual

a) *Humas Pemerintah*

Istilah *Public Relations* memang tidak banyak digunakan di perusahaan atau instansi yang berada di Indonesia, seperti pada bidang pemerintahan. *Public Relations* di bidang pemerintahan yang lebih menggunakan istilah hubungan masyarakat (humas) sehingga disebut biro

humas. Fungsi dan tugas PR dengan humas secara umum tidak berbeda jauh dengan yang dijelaskan beberapa ahli.

Humas pemerintah menurut Lattimore dkk (2007: 310) menyebutkan:

“Government public relations like any other public relations practitioners. Government public relations jointly serve two masters. On the one hand, they provide the public with complete, candid, and continuous reporting of government information and accessible channels for citizen input. On the other hand, the late public relations educator.”

Definisi di atas dapat diartikan bahwa humas pemerintah sama dengan humas di bidang lainnya dalam praktiknya. Fungsi humas di pemerintahan diibaratkan kedua tangan dengan tangan yang satu mengarah ke publik, dalam artian memberikan informasi mengenai pemerintah dan kebijakan yang dapat diakses publik.

Menurut Arifin (2003: 80) diadaptasi oleh Ardianto (2016: 241) bahwasannya humas pemerintah tidak sama dengan kegiatan propaganda dan agitasi humas. Humas pemerintah harus memiliki ciri demokrasi dengan menekankan adanya komunikasi timbal balik yang memberi penghargaan kepada masyarakat. Mumpuk opini publik dan menyesuaikan dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat merupakan salah satu peran humas pemerintah.

b) Opini Publik

Opini publik erat kaitannya dengan humas dan menjadi salah satu faktor yang menentukan kemajuan sebuah perusahaan atau instansi. Opini publik dapat dibentuk sengaja oleh seorang humas dengan memengaruhi

publiknya agar memberikan opini positif. Terbentuknya opini publik dapat memengaruhi citra perusahaan, oleh karena itu seorang humas harus memahami bagaimana terwujudnya opini publik yang menguntungkan.

Wilcox dkk (2006: 283) menyebutkan bahwa opini publik adalah kumpulan ungkapan opini beberapa individu dalam suatu kelompok yang mempunyai kebutuhan, tujuan, keinginan, dan aspirasi yang sama. Opini juga pada dasarnya secara psikologis ditentukan oleh kepentingan pribadi. Empat konsep pola pembentukan opini publik menurut Cutlip, Center dan Broom (2006: 240-241) yaitu:

- 1) Mengangkat sebuah isu melalui sebuah media, dan *public relations* sebagai sumber berita dan pembuat berita.
- 2) Menyebarkan isu tersebut kepada publik yang kemudian akan diperdebatkan untuk mencari penyelesaiannya.
- 3) Mengarahkan isu tersebut ke arah penyelesaiannya yang dapat diterima oleh publik
- 4) Mengangkat opini yang dihasilkan terhadap isu tersebut yang akan berakibat positif (diterima dan didukung) atau negatif (ditolak) oleh masyarakat.

c) **Media Sosial**

Media yang banyak digunakan dikalangan masyarakat khususnya Indonesia saat ini ialah media sosial, dengan memanfaatkan teknologi *internet* penyampaian pesan melalui media sosial tersebar dengan cepat dan luas. Media sosial memiliki sifat komunikasi dua arah dimana para

penggunanya bebas menyampaikan opininya, oleh karena itu penggunaan media sosial sangat menunjang aktifitas seorang praktisi humas.

Ardianto, (2016: 165) menyebutkan media sosial adalah media yang menggunakan Internet dengan fitur yang memudahkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan termasuk menciptakan isi disebut *website*. Media sosial yang saat ini banyak digunakan diantaranya:

1) Facebook

Facebook merupakan salah satu jenis media sosial *online* yang mulai berkembang pada tahun 2006. Fitur yang dimiliki oleh aplikasi ini diantaranya dapat membagikan postingan berupa teks, gambar, video, fitur *like* dan membalas komentar pada postingan orang lain. Facebook juga saat ini dilengkapi dengan fitur Facebook *story* yang hanya bertahan 24 jam dan *live streaming*.

2) Instagram

Fitur yang dimiliki Instagram tidak jauh berbeda dengan Facebook, di Instagram juga dapat berbagai gambar, video, cerita melalui *instastory* dan fitur *live streaming*. Perbedaannya di Instagram tidak bisa berbagi cerita hanya berupa teks, jadi harus dalam bentuk foto atau video yang diberi keterangan (*caption*). Instagram aktif digunakan dari tahun 2010 dan resmi di beli oleh Facebook di tahun 2012, sehingga kedua jenis media sosial ini tidak terlalu memiliki banyak perbedaan yang signifikan.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di kawasan Pemerintah Kabupaten Subang yang bertempat di Jl.Dewi Sartika No.2, Subang, Jawa Barat. Berdasarkan penelitian yang akan dilaksanakan, lokasi tersebut memiliki ketersediaan sumber data penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti tertarik melakukan penelitian di tempat tersebut sesuai dengan data yang peneliti dapatkan seperti yang tertera di latar belakang.

Data tersebut menunjukkan bahwasannya saat ini masyarakat bebas beropini di media sosial sehingga setiap perusahaan akan memiliki strategi pengelolaan dan penyelesaian yang berbeda terhadap opini yang sedang beredar di masyarakat melalui media sosial. Data tersebut juga menunjukkan Setda Kabupaten Subang aktif dalam pengelolaan media sosial, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti pengelolaan media sosialnya dalam pembentukan dan penyelesaian opini publik.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini merupakan paradigma konstruktivisme, dimana pandangan paradigma ini menyatakan bahwa realitas sosial diciptakan melalui konstruksi sosial oleh manusia. Peneliti dengan menggunakan paradigma konstruktivisme akan mencoba mengkaji sebuah realitas penggunaan media sosial di Sub Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang. Pentingnya Penggunaan media sosial merupakan realitas sosial yang terbangun di masyarakat pada saat ini.

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan interpretif. Tujuan peneliti menggunakan pendekatan interpretative untuk mencari kejelasan dalam pembentukan opini publik melalui pengelolaan media sosial di Bidang Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Subang dengan mencari data langsung pada pelaku yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan fokus kepada fenomena penelitian. Peneliti dengan menggunakan metode deskriptif berusaha menguraikan setiap kondisi objek penelitian dengan mendeskripsikan yang menjadi objek penelitian. Menurut Bungin (2001: 48) dalam bukunya berpendapat metode penelitian deskriptif bertujuan untuk meringkas dan menggambarkan setiap kondisi dari objek penelitian yang terdapat di masyarakat. Kondisi yang akan dideskripsikan dalam penelitian ini adalah mengenai pembentukan opini publik melalui media sosial Facebook dan Instagram di Sub Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang.

4. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif, karena penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang dapat mencakup hampir semua data yang bersifat bukan hitungan. Jenis data yang dikumpulkan merupakan semua data mengenai pembentukan opini publik melalui media sosial Facebook dan Instagram oleh Sub Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang.

2) Sumber Data

(a) Sumber Data Primer

Sumber data primer didapat peneliti melalui wawancara dan observasi dengan narasumber yang terlibat langsung dalam pembentukan opini publik dan pengelolaan media sosial Facebook dan Instagram oleh Sub Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang.

(b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang yang mendukung seperti buku, jurnal, tesis, skripsi, dan sumber lain yang bersifat ilmiah yang ada hubungannya dengan pembentukan opini publik melalui media sosial Facebook dan Instagram di pemerintah. Peneliti menggunakan mengambil sumber data sekunder untuk memenuhi data yang tidak didapat pada sumber data sekunder. Data sekunder merupakan data yang tidak langsung didapatkan dari sumbernya dan harus melalui pihak ketiga.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai berikut:

a) Wawancara Mendalam

Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai pembentukan opini publik melalui media sosial Facebook dan Instagram kepada informan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Subang. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan

informasi yang mendalam dan terbuka terkait penelitian dengan tetap menggunakan pedoman wawancara. Berdasarkan hal tersebut informan yang akan diwawancarai oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

- (1) Staf Sub bagian Dokumendasi Pimpinan, dikarenakan informan ini terlibat langsung dalam pembentukan opini publik mulai penentuan isu hingga menanggapi opini yang terdapat dalam media sosial.
- (2) Admin akun Facebook Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang, karena yang mengelola langsung media sosial Facebook Bagian Prokompin Setda Kab.Subang tersebut.
- (3) Admin akun Instagram Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kab. Subang, karena yang mengelola langsung media sosial Instagram Bagian Prokompin Setda Kab.Subang tersebut.

b) Observasi Partisipatif Pasif

Observasi partisipatif pasif yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengamatan tanpa terlibat langsung kedalam keadaan sosial di lokasi penelitian. Observasi yang dilakukan oleh peneliti hanya pengumpulan data dengan cara pengamatan atau pamantauan terhadap objek yang diteliti. Teknik observasi ini dilakukan untuk memperkuat data yang didapat dari hasil wawancara. Observasi ini juga dilakukan untuk lebih memahami konteks data dalam keseluruhan situasi mengenai pembentukan opini publik melalui media sosial Facebook dan Instagram oleh Bagian Prokompim Setda Kab.Subang.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan ialah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Silalahi (2012: 339-341) dalam buku Metode Penelitian Sosial menyebutkan terdapat tiga alur teknik analisis data, yaitu:

a) Reduksi Data

Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, mengorganisasikan data, dengan memilih, merangkum setiap data yang penting dan fokus terhadap data yang didapat sesuai penelitian.

b) Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dengan menyusun data dan informasi yang sudah terkumpul yang sudah direduksi dan dapat diambil kesimpulan. Bentuk penyajian data dalam penelitian ini berupa narasi, grafis, dan berbagai jenis bagan. Peneliti menggunakan proses ini untuk memahami data yang didapat dengan dilakukan analisa lebih mendalam.

c) Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Proses ini dilakukan selama penelitian berlangsung, karena peneliti harus menguji kebenarannya, kecocokan dan kekukuhan data yang terkumpul selama penelitian berlangsung. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan secara bertahap dengan kumpulan data di lapangan, pengkodean, penyimpanan dan pengumpulan data akhir hingga mencapai final.