

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

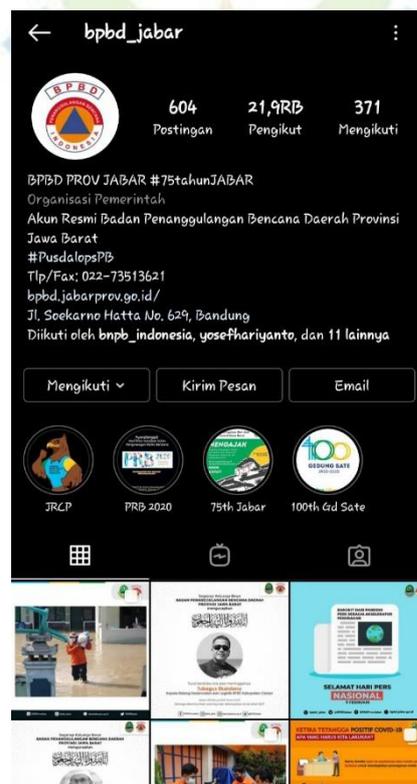
*Content plan* merupakan suatu aktivitas dalam penyusunan perencanaan, pembuatan dan pendistribusian dari konten yang menarik dan kreatif guna mencapai tujuan bisnis yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh audiens sehingga mendorong audiens untuk merasa tertarik dengan perusahaan atau instansi yang dilakukan oleh seorang *Public Relations*.

Putri (2017) dalam Jurnal *The Messenger* Volume 9, yang berjudul “*Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @Thekufed*” mengatakan bahwa *content plan* merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang dilakukan praktisi *Public Relations* untuk mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan yang dimaksud meliputi berbagai pikiran serta rencana dan juga tindakan yang akan dilakukan untuk kedepannya.

Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu instansi yang menjalankan *Cyber Public Relations* pada masa pandemi melalui media sosial *Instagram*, hal tersebut dapat terlihat dari media sosial *Instagram* BPBD Jabar, bagaimana *Public Relations* BPBD Jabar dalam menerapkan *Cyber Public Relations* melalui media sosial *Instagram* dalam mempublikasikan informasi atau mengenai kegiatan dengan berbentuk konten yang diadakan oleh BPBD Jabar.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram* @bpbd\_jabar, jumlah pengikut sampai saat ini yaitu 21,9 ribu pengikut

serta 604 postingan. Postingan pertama kali *Instagram* @bpbj\_jabar yaitu pada tanggal 03 September 2019, konten yang dikelola pun masih terbilang sederhana. Seiring dengan berjalannya waktu, konten yang diposting oleh @bpbj\_jabar semakin menarik. Konten yang dipublikasikan oleh @bpbj\_jabar semakin menarik karena mulai memposting informasi dalam bentuk infografis yang bagus, seperti infografis yang bagus karena dibuat dengan fitur kartun mengenai fakta infeksi virus corona yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat dan memperoleh 377 *like* pada saat awal pandemi. ([https://www.instagram.com/bpbj\\_jabar/](https://www.instagram.com/bpbj_jabar/), diakses pada: 16 November 2020 pukul: 21:41 WIB).



Gambar 1.1 Instagram BPBD Jawa Barat

*Instagram @bpbd\_jabar* selain memposting konten mengenai virus corona seperti konten mengenai *Physical Distancing* dengan memperoleh 136 *like*, BPBD Jabar juga selalu membuat beberapa postingan mengenai Peringatan Hari Besar Nasional dan Internasional, yang artinya BPBD Jabar peduli dengan cara mengingatkan kepada masyarakat terhadap hari-hari bersejarah, itu dapat dikatakan agar masyarakat paham dan mempunyai pandangan yang baik terhadap BPBD Jabar.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram @bpbd\_jabar* terdapat postingan yang sangat menarik. Konten yang di buat yakni video mengenai adaptasi 3M (memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak) yang sedang tren. Konten yang dibuat dalam bentuk video dibintangi langsung oleh Gubernur Jawa Barat beserta istri serta pegawai lainnya yakni Bapak Ridwan Kamil dan Ibu Atalia Praratya. Pengemasan video pun terbilang unik, karena tidak terlalu formal dan diselipkan guyonan lucu, sehingga tidak terlalu baku. Pada akhir video terselipkan pantun yang sedang musim yakni “ikan hiu makan tomat” yang membuat masyarakat tertarik dan sampai saat ini sudah ditonton oleh masyarakat sebanyak 350 kali.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram @bpbd\_jabar* *caption* yang dibuat pun tidak selalu formal, disesuaikan dengan konten apa yang dipublikasikan, agar masyarakat pun tidak bosan dan jenuh dengan apa yang dipublikasikan oleh Humas BPBD Jabar. *Caption* yang dibuat pun selalu mengajak warga tangguh untuk selalu menjaga kesehatan dimanapun pada masa pandemi Covid-19 ini, serta selalu mengingatkan mengenai

budaya sadar akan bencana yang selalu ada pada *hashtag* setiap postingan konten BPBD Jabar.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram* @bpbd\_jabar konten yang sajikan kebanyakan mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh instansi, agar masyarakat mengetahui kinerja BPBD Jawa Barat selama masa pandemi Covid-19, seperti membantu penanganan pasca gempa di Sukaraja kepada warga yang terkena dampak bencana.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram* @bpbd\_jabar konten yang disajikan bukan hanya infografis mengenai virus Covid-19 dan Peringatan Hari Besar Nasional saja, tetapi ada juga memberikan ucapan selamat ulang tahun seperti kepada Ibu Cinta Atalia Praratya yang merupakan istri Gubernur Jawa Barat. Postingan tersebut berisi ucapan yang terbilang cukup menarik, karena infografis yang dipadukan dengan foto serta menyebutnya dengan “Ibu Cinta”. Pada postingan tersebut, memperoleh *like* sebanyak 176 *like* yang diberikan oleh netizen.

*Public Relations* memanfaatkan media internet tentunya didasari dengan berbagai faktor, seperti membangun kepercayaan (*trust*) dan dalam membangun *brand* (merek). Pentingnya pengelolaan *content plan* karena pada saat ini dapat dikatakan cara jitu paling ampuh, cepat, dan luas sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada publik melalui media internet, sehingga informasi pun dapat tersampaikan dengan tepat sasaran kepada publiknya.

Menyampaikan informasi dengan menggunakan media sosial *Instagram* merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh *Cyber Public Relations* BPBD

Jabar untuk mengingatkan akan budaya sadar bencana seperti hastag yang selalu ada pada *caption Instagram* @bpbd\_jabar, dan juga untuk mengenalkan perusahaan kepada masyarakat dengan melakukan sosialisasi kebencanaan secara *online*.

*Content plan* dalam kajian *Public Relations* itu masuk dalam ranah *Cyber Public Relations* karena kini teknologi yang ada kian berkembang. *Cyber Public Relations* merupakan salah satu ide *Public Relations* dalam membangun suatu hubungan dengan publiknya secara menyeluruh dan bersifat interaktif dengan menggunakan internet sebagai sarana publikasinya.

Media internet yang menjadi sumber kekuatan serta favorit pada saat ini yaitu media sosial. Media sosial dapat membantu kegiatan Humas dalam memberikan informasi kepada publiknya. Informasi yang diberikan bisa langsung mengalir kepada seluruh publiknya, karena pada saat ini masing-masing individu dapat mengakses ribuan bahkan jutaan informasi yang disuguhkan oleh media sosial, melalui media sosial pun banyak mendapatkan keuntungan tersendiri untuk menginformasikan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Peneliti tertarik untuk meneliti fenomena tersebut karena pada zaman sekarang, perkembangan teknologi semakin canggih. *Public Relations* instansi maupun perusahaan pastinya diharapkan untuk mengikuti perkembangan teknologi, jika instansi tidak mengikuti perkembangan teknologi, maka akan tertinggal dengan instansi yang lainnya. Perusahaan maupun instansi pada saat ini sudah banyak yang mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media digital sebagai menjalin hubungan baik dengan publiknya. Pada penelitian

ini, peneliti menggunakan konsep pengelolaan komunikasi sebagai sandaran dalam penelitian ini.

## **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang penelitian, maka fokus yang akan dibahas mengenai “Bagaimana Pengelolaan *Content Plan Instagram* BPBD Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19 Dilihat Dari Perspektif *Cyber Public Relations*?”

- 1) Bagaimana proses pengumpulan data *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*?
- 2) Bagaimana proses perencanaan *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*?
- 3) Bagaimana proses melaksanakan *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*?
- 4) Bagaimana proses evaluasi *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini seperti fokus yang akan dibahas mengenai “Bagaimana Pengelolaan *Content Plan Instagram* BPBD Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19 Dilihat Dari Perspektif *Cyber Public Relations*?”

- 1) Mengetahui proses pengumpulan data *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*.

- 2) Mengetahui proses perencanaan *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*.
- 3) Mengetahui proses melaksanakan *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*.
- 4) Mengetahui proses evaluasi *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### **D.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian diharapkan dapat menjadikan sebagai panduan dan penambah pengetahuan serta mengembangkan keilmuan untuk bidang Hubungan Masyarakat mengenai kegiatan Pengelolaan *Content Plan Instagram* BPBD Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19 dalam cara pengumpulan data, proses perencanaan, proses melaksanakan, dan proses evaluasi *content plan* dilihat dari perspektif *cyber public relations*.

##### **D.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis ini diharapkan dapat berguna mengenai pentingnya dalam Pengelolaan *Content Plan Instagram* BPBD Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19 dengan melakukan tahapan-tahapan pengumpulan data, proses perencanaan, proses melaksanakan, dan proses evaluasi *content plan* dilihat dari perspektif *cyber public relations*.

## E. Landasan Pemikiran

### E.1 Penelitian Sebelumnya

Peneliti melakukan penelaahan dari penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dan relevansi dengan bahasan yang akan dilakukan oleh peneliti, sehingga peneliti mendapatkan referensi sebagai pelengkap, ataupun pembanding yang sesuai dan bisa lebih kaya dalam memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

**Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama (Tahun)	Judul	Metode	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Dhita Widya Putri dan Maulida De Mormes (Jurnal) 2017	Analisis Strategi Perencanaa n Pesan Pada Akun Instagram E- Commerce @Thekufed	Deskriptif Kualitatif	Penelitian yang dilakukan oleh Dhita Widya Putri dan Maulida De Mormes Perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti dalam penelitian ini. Perbedaan pun	Hasil dari penelitian pertama menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dimiliki oleh Kufed dengan cara berkomunikasi langsung dengan publiknya sebagai upaya

				terletak pada judul, Dhita Widya Putri dan Maulida De Mormes lebih kepada perencanaan pesan, sedangkan peneliti lebih kepada perencanaan content plan.	untuk membangun hubungan dengan targetnya dalam aktivitasnya dan melakukan kerjasama dalam pembuatan konten.
2.	Hadi Purnama, Abdullah Adnan, dan Arie Prasetio (Jurnal) 2016	Strategi Humas Siber Melalui Pengelolaan Konten Website Pemerintah	Studi Kasus Kualitatif	Penelitian yang dilakukan oleh Hadi Purnama, Abdullah Adnan, dan Arie Prasetio perbedaannya terletak pada objek yang	Hasil dari penelitian kedua menunjukkan bahwa dalam pengelolaan Website, tampilan yang disajikan masih monoton, hal tersebut

				<p>akan diteliti dalam penelitian ini. Perbedaan pun terletak pada media yang akan diteliti, Hadi Purnama, Abdullah Adnan, dan Arie Prasetyo meneliti mengenai media Website, sedangkan peneliti mengenai media Instagram.</p>	<p>membuat kurangnya koordinasi dan tanggung jawab antara Humas dengan petugas yang mempublikasikannya.</p>
3.	Wulan Mulya Asih, Khoiruddin	Pengelolaan Digital PR Dalam	Deskriptif Kualitatif	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Wulan</p>	<p>Hasil dari penelitian ketiga ini menunjukkan</p>

	Muchtar, dan Yusuf Zaenal Abidin (Jurnal) 2020	Mengemas Konten Dakwah Di Instagram @Masjidtra ns		Mulya Asih, Khoiruddin Muchtar, dan Yusuf Zaenal Abidin perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti dalam penelitian ini.	bahwa Humas dalam pengelolaan Digital PR sudah sesuai dengan konsep four steps of PR. Hal tersebut dapat terbukti dengan meningkatnya jumlah followers pada Instagram @masjidtrans.
4.	Risky Nurul Shafa (Skripsi) 2019	Pengelolaan Konten Instagram Dalam Menjaga Citra Lembaga (Analisis	Deskriptif Kualitatif	Penelitian yang dilakukan oleh Risky Nurul Shafa perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti	Hasil dari penelitian keempat ini menunjukkan bahwa Humas dalam pengelolaan konten

		Kualitatif Pada Humas PT. Dirgantara Indonesia)		dalam penelitian ini.	Instagram sudah sesuai dengan konsep four steps of PR, dan berhasil meningkatkan citra PT. Dirgantara Indonesia.
5.	Amanda Putri Santoso (Skripsi) 2017	Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement : Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita	Studi Kasus Kuantitatif	Penelitian yang dilakukan oleh Amanda Putri Santoso perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti dalam penelitian ini dan metode penelitiannya.	Hasil dari penelitian kelima ini menunjukkan bahwa dengan memperhatikan tipe post dan waktu posting sangat berpengaruh terhadap engagement yaitu jumlah like dan

					komentar.
--	--	--	--	--	-----------

## E.2 Landasan Teoritis

Berdasarkan data pra penelitian yang diperoleh, penelitian ini akan menggunakan model empat tahapan *public relations* yang digagas oleh Cutlip, Center dan Broom dalam pengelolaan *content plan Instagram*, maka dari itu peneliti menggunakan model *The Four Step PR* yang digagas oleh Cutlip, Center dan Broom.

Morissan (2014:108) menjelaskan bahwa proses melaksanakan kegiatan dalam *public relations* mempunyai empat langkah yang harus ditempuh, yakni pengumpulan data, perencanaan, melaksanakan kegiatan, serta evaluasi kegiatan. Keempat langkah tersebut dilaksanakan agar kegiatan yang akan dilaksanakan dapat terencana dengan baik dan mendapatkan hasil yang memuaskan sesuai dengan tujuan dari suatu instansi.

Alasan peneliti menggunakan model *The Four Step PR* yang digagas oleh Cutlip, Center dan Broom ini karena peneliti merasa adanya kecocokan model dengan penelitian ini, serta peneliti merasa terbantu dalam melakukan proses penelitian dengan judul “Pengelolaan *Content Plan Instagram* BPBD Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19 (Analisis Deskriptif Humas BPBD Jawa Barat Dilihat dari Perspektif *Cyber Public Relations*).

### **E.3 Landasan Konseptual**

#### **1) Pengelolaan Komunikasi**

Perencanaan pada dasarnya pasti akan berkaitan dengan pengelolaan manajemen secara keseluruhan dalam menjalankan fungsinya, termasuk pengelolaan komunikasi. Cutlip (2016:320) menjelaskan bahwa *Public Relations* merupakan proses perubahan di suatu perusahaan dilakukan dengan cara alamiah. Pengelolaan manajemen dalam mengelola komunikasi dapat terbagi menjadi empat bagian yaitu sebagai berikut:

##### **(a) Proses Pengumpulan data**

Proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara proses mengumpulkan data dan informasi, sehingga dapat digunakan untuk kegiatan komunikasi. Pengumpulan data bertujuan untuk pencarian data mengenai masalah apa yang sedang terjadi dan berkaitan dengan perusahaan. Pada perencanaan ini untuk mengetahui opini masyarakat akan langkah yang diambil untuk melaksanakan kegiatan, apakah yang akan dilaksanakan dapat menunjang atau akan menghambat kegiatan pada suatu perusahaan.

##### **(b) Proses Perencanaan Komunikasi**

Proses perencanaan komunikasi dilakukan lanjutan setelah pengumpulan data. Informasi yang sudah dikumpulkan kemudian membuat keputusan mengenai bagaimana komunikasi agar tepat sasaran dan dapat mencapai tujuan tertentu. Membuat proses perencanaan komunikasi sangat penting untuk seorang *public relations*, karena sukses atau tidaknya sebuah kegiatan itu tergantung pada perencanaan. Pada proses pembuatan perencanaan komunikasi didalamnya harus

ada mengenai tujuan kegiatan yang akan dibuat, serta memilih media untuk mengkomunikasikan yang telah direncanakan sebelumnya.

(c) Proses Melaksanakan Kegiatan

Proses melaksanakan kegiatan ini untuk mengimplementasikan langkah-langkah yang telah disusun sebelumnya. *Public Relations* harus mampu menyusun strategi dalam proses melaksanakan kegiatan yang sudah direncanakan, dan sesuai dengan media yang akan digunakan agar masyarakat lebih mengerti maksud dari kegiatan atau pesan yang disampaikan.

(d) Proses Evaluasi

Proses Evaluasi ini dilakukan untuk melihat, apakah kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana atau tidak serta mengetahui sudah mencapai target sasaran atau belum. Pada proses pengevaluasian ini dapat dikatakan sebagai analisis terhadap suatu kegiatan yang telah dilakukan, sehingga dapat terlihat sukses atau tidaknya kegiatan tersebut.

2) ***Cyber Public Relations***

*Cyber public relation* atau yang dikenal dengan Humas Siber merupakan inisiatif seorang Humas dalam membangun suatu hubungan dengan publiknya secara menyeluruh dan bersifat interaktif dengan memanfaatkan media internet dalam melakukan publikasinya. Onggo (2004:1) menjelaskan bahwa *cyber public relation* dapat dikatakan sebagai berikut:

(a) E merupakan *electronic*, dalam *cyber public relations* mengarah pada media elektronik internet. Perkembangan internet pada saat ini telah dimanfaatkan

oleh Humas dalam membangun *brand* (merek) serta *trust* (kepercayaan) masyarakat terhadap instansi.

(b) P merupakan *public*, dalam *cyber public relations* mengarah kepada berbagai publik audiens dan berbagai pasar konsumen. Media internet pada saat ini dapat memudahkan *public relations* dalam menjangkau publik menjadi lebih cepat, begitupun sebaliknya, publik dapat dengan mudah menjangkau suatu perusahaan, baik itu dari komunitas, mikro maupun *niche market* dan hypermarket.

(c) R merupakan *relations*, yang berarti hubungan yang harus selalu dijaga antara perusahaan dengan publiknya, maupun pasar dengan bisnis perusahaan agar memperoleh rasa saling percaya. Membangun hubungan itulah merupakan kunci yang harus selalu dipertahankan agar suatu tujuan dapat berhasil. Media internet menjadi sangat menarik karena hubungan yang bersifat *one-to-one* dapat dibangun dan diperoleh dengan cepat, karena internet memiliki sifat yang interaktif.

*Cyber public relations* pada dasarnya merupakan aktivitas *public relations* seperti siaran *pers*, konferensi *pers*, maupun kegiatan *public relations* yang lainnya yang memanfaatkan media internet dalam melakukan publikasinya.

## **F. Langkah-langkah Penelitian**

### **F.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian akan dilaksanakan di Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat yang berada di Jl. Soekarno-Hatta No. 629, Sukapura, Kec. Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat 40286.

Peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian di Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jawa Barat karena peneliti tertarik mengenai pengelolaan *content plan Instagram* yang dilakukan oleh humas BPBD Jabar pada masa pandemi Covid-19. Konten yang disajikan oleh humas BPBD Jabar dalam infografis maupun videografis selalu menunjukkan banyak *like* yang diberikan oleh masyarakat, sehingga peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian di BPBD Jawa Barat untuk lebih mengetahui proses dalam mengenai Pengelolaan *Content Plan Instagram* BPBD Jabar dalam perspektif *Cyber Public Relations*.

### **F.2 Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma yang digunakan oleh peneliti yakni paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang melihat kebenaran dari suatu fenomena sosial yang ada lalu dijadikan konstruksi sosial. Paradigma konstruktivisme menjelaskan mengenai perilaku masyarakat terbentuk berdasarkan pengaruh lingkungan dari tanggapan diri sendiri.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yakni paradigma konstruktivisme, karena peneliti hanya mengamati realitas sosial yang ada dan menggunakannya sebagai data penelitian. Arifin (2012:140) menjelaskan dalam

memperoleh pengetahuan tidak hanya didapatkan dari pengalaman terhadap fakta, tetapi bisa juga didapatkan dari suatu pemikiran mengenai subjek yang diteliti.

Paradigma ini membantu peneliti untuk memahami pengelolaan *content plan Instagram* pada masa pandemi saat ini berasal dari masyarakat. Berdasarkan data pra penelitian dari akun *Instagram* resmi @bpbd\_jabar bahwa penerapan *cyber public relations* BPBD Jawa Barat terlihat baik dalam menyajikan konten, hal tersebut merupakan hasil dari kegiatan *cyber public relations*.

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan pendekatan interpretif. Pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang dilakukan dengan usaha untuk mencari kejelasan mengenai suatu fenomena atau kejadian yang ada, baik itu fenomena sosial maupun fenomena budaya. Pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang dilakukan atas dasar pada pengalaman dan persepsi seseorang terhadap sesuatu yang diteliti.

Newman (1997:72) menjelaskan bahwa pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang fleksibel, tingkah laku dan pernyataan dapat memiliki banyak makna dan dapat diinterpretasikan dalam berbagai cara dan sudut pandang. Peneliti menggunakan pendekatan interpretif pada penelitian ini karena peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang dimana peneliti hanya mencari sebuah fenomena yang ada lalu diinterpretasikan sesuai dengan cara pandang peneliti sehingga dapat menghasilkan makna.

### **F.3 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Satori (2013:23) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif dilakukan

untuk mengeksplor suatu kejadian yang terjadi di lapangan serta tidak dapat dikuantifikasikan. Peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan penelitian ini yang dimana peneliti akan mengeksplorasi sesuai dengan fenomena atau realita yang ada di lapangan mengenai pengelolaan *content plan Instagram* yang dilakukan oleh Humas BPBD Jabar.

Peneliti menggunakan metode deskriptif karena disini peneliti mencoba untuk menggali lebih dalam untuk menyusun perencanaan konten yang dilakukan oleh instansi. Analisis deskriptif bertujuan untuk memaparkan gambaran sesuatu hal yang kemudian dikategorikan guna untuk dapat mengambil simpulan.

#### **F.4 Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1) Jenis Data**

Jenis data yang digunakan oleh peneliti menggunakan data kualitatif yang berbentuk kata-kata atau deskriptif. Peneliti menggunakan jenis data kualitatif karena peneliti hanya menjelaskan dengan bentuk kata-kata atau deskriptif. Data dalam penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu mengenai pengelolaan *content plan Instagram* yang dilakukan oleh BPBD Jawa Barat dilihat dari perspektif *Public Relations*.

##### **2) Sumber Data**

###### **(a) Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan sumber data yang didapatkan dari sumber asli tempat penelitian yang mana tempat penelitian tersebut menjadi objek penelitian peneliti. Sumber data primer pada penelitian ini yakni Humas BPBD Jawa Barat.

## **(b) Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan tambahan sumber data berupa dokumen, angket, buku-buku, dan sebagainya yang berhubungan erat dengan penelitian. Sugiyono (2012:141) menjelaskan bahwa sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung seperti membaca mengenai objek yang akan diteliti, memahami sebuah data yang berkaitan dengan penelitian, serta dapat mempelajari melalui media lain, baik yang berasal dari sebuah literatur ataupun dokumen-dokumen perusahaan yang akan diteliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data-data dari *Instagram* resmi perusahaan, buku-buku mengenai kehumasan, arsip, kliping, buletin yang mendukung untuk dijadikan sumber data sekunder.

## **F.5 Teknik Pemilihan Informan**

### **1) Informan dan Unit Analisis**

Peneliti akan menentukan informan yang menguasai serta mengetahui tentang apa yang menjadi fokus penelitian, dengan begitu peneliti dapat mengetahui informasi secara jelas dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Informan yang ditentukan oleh peneliti adalah Humas BPBD Jawa Barat, hal tersebut dikarenakan informan yang ditentukan merupakan seseorang yang menjalankan fungsinya sebagai Humas serta bagian yang lebih mengerti mengenai pengelolaan *content plan Instagram* yang dilakukan oleh BPBD Jawa Barat dilihat dari perspektif *Public Relations*.

Penentuan unit analisis informan pada penelitian ini hanya mempelajari dan menjelaskan pengelolaan *content plan Instagram* yang dilakukan oleh BPBD Jawa Barat dilihat dari perspektif *Public Relations*.

## 2) Teknik Penentuan Informan

Syarat yang dapat dijadikan sebagai informan pada penelitian ini yaitu:

- (a) Kepala Divisi Humas BPBD Jawa Barat.
- (b) Pengelola *Instagram* resmi BPBD Jabar.
- (c) Telah bekerja di bagian Humas BPBD Jabar minimal 3 bulan.

## F.6 Teknik Pengumpulan Data

### 1) Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data yang dilakukan oleh peneliti bertanya secara langsung kepada narasumber untuk mendapatkan informasi. Bungin (2003:100) menjelaskan bahwa wawancara merupakan cara untuk bertanya informasi secara langsung kepada informan yang menguasai atau mengerti mengenai hal yang akan ditanyakan oleh peneliti dan peneliti juga mendapatkan jawaban secara langsung mengenai pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti dalam penelitian ini menggunakan wawancara secara mendalam. Teknik ini pilih oleh peneliti, peneliti berharap agar memperoleh data yang jelas mengenai objek yang diteliti, dan juga peneliti dapat bertanya langsung dalam wawancara ini karena informan bebas memberikan jawaban secara lengkap dan data yang mungkin rahasia bisa diberikan.

## 2) **Observasi Partisipasi Pasif**

Observasi partisipasi pasif adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dengan cara mengamati dan mendeskripsikan fenomena yang terjadi tetapi tidak berhubungan langsung dengan apa yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan partisipasi pasif dalam observasi, karena peneliti tidak berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan yang diteliti atau tidak melakukan kegiatan yang menjadi fokus penelitian. Peneliti hanya mengamati dan menganalisis kegiatan yang dilakukan.

### **F.7 Teknik Analisis Data**

Data yang sebelumnya dikumpulkan peneliti dalam penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskripsi kualitatif, yaitu menggunakan teks, skema, gambar dan penjelasan yang sesuai dengan realitas yang ada di lapangan untuk diolah. Peneliti menggunakan metode untuk analisis data dengan model Miles dan Huberman, menggunakan tiga jalur analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan agar lebih mudah dipahami. Miles dan Huberman (2009:16) mengemukakan bahwa proses yang dilakukan dalam analisis data adalah:

#### **1) Reduksi Data**

Reduksi data merupakan pemilahan data yang diperoleh secara langsung, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan secara jelas hasil pengamatan dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh BPBD Jawa Barat mengenai pengelolaan *content plan Instagram*. Pada prosesnya, data yang didapatkan dari

berbagai sumber pendukung data, yaitu data yang dirilis melalui data pra-penelitian, data situs resmi, serta data yang disajikan melalui media *online* maupun media *offline*.

## 2) Penyajian Data

Pada tahap penyajian data, informasi yang ditemukan peneliti dikumpulkan dan disusun dengan rapi. Pada penelitian kualitatif, penyajian data biasanya disajikan secara singkat seperti dalam bentuk tabel, bagan, grafik, dan lain sebagainya. Tujuan penyajian data tersebut adalah untuk memudahkan pembaca dalam memahami maksud dan tujuan penelitian mengenai bagaimana pengelolaan *content plan Instagram* yang dilakukan oleh BPBD Jawa Barat dilihat dari perspektif *Public Relations*.

## 3) Simpulan

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah diolah melalui tahap reduksi data dan penyajian data. Kesimpulan merupakan proses akhir dari semua tahapan yang telah dijalankan. Pada saat menarik kesimpulan, perlu untuk mendapatkan bukti kuat dari reduksi data dan penyajian data, selain menarik kesimpulan, data yang terdapat pada tabel terlampir pada halaman terakhir juga harus dilampirkan.