

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengelolaan media sosial perlu adanya strategi dalam mengelolanya, karena hal ini menjadi salah satu faktor untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan tentunya menjadi citra *positif* di masyarakat akan apa yang di informasikan melalui media sosial. *Internet* telah membuat pelaku *public relations* juga memanfaatkan media *online* karena media ini memang sudah tidak dapat dihindarkan. Pengelolaan sosial media menjadi sangat penting bagi instansi perusahaan atau pemerintah yang memiliki sosial media untuk memberikan informasi mengenai berbagai kegiatan atau informasi umum yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Berdasarkan pengamatan, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang memiliki akun sosial media seperti Instagram dengan nama akun Diskominfo_ Sukabumikota dengan jumlah pengikut 1.896 dan 1.292 unggahan. Unggahan yang terdapat dalam akun instagram ini merupakan berbagai informasi kegiatan yang dilakukan Diskominfo, laporan perkembangan program kerja, informasi umum lainnya. Dilihat dari akun sosial medianya bahwa kurang merespon atas konten-konten yang diberikan oleh pihak Diskominfo kepada masyarakat mengenai berbagai informasi-informasi yang diberikan pihak lembaga.

Fajar Suderajat dan Kenanga Puspitasari (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial oleh Unit Corporate Communication Pt Gmf Aerosia Vol 9 (2)”, menyebutkan bawasannya media sosial menjadi sarana yang digunakan untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi secara menyeluruh dalam waktu yang singkat dan memiliki tingkat keefektifitasan dan efesiensi yang tinggi dalam hal ini tidak kalah dengan media massa atau media cetak yang mudah dalam memberikan akses dengan cepat dan menyeluruh.

Media sangat mempengaruhi terhadap citra suatu lembaga dalam hal ini berbagai pemberitaan yang ada di media baik itu pemberitaan *positive* atau *negative* semua mudah diakses dan mudah untuk mencari tahunya. Media menjadi cerminan bagaimana lembaga dapat memberikan nilai yang *positif* dimata masyarakat, dengan demikian media *internet* atau media sosial menjadi sangat penting bagi lembaga untuk membuat citra lembaga *positif* dengan berbagai cara atau strategi pengelolaannya.

Media sosial sebuah media *online* yang dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan dengan tujuan dan kepentingan yang berbeda-beda. Dengan adanya media sosial banyak masyarakat yang *membranding* dirinya atau lembaganya untuk mendapatkan pandangan *positif* dari orang lain yang menggunakan media sosial lain khususnya. Media sosial menjadi media sebagai kebutuhan dalam menciptakan *branding* yang baik. Fungsi adanya

sosial media ini guna mempermudah memberikan pelayanan informasi secara cepat dan mampu memberikan respon masyarakat terhadap informasi yang diberikan juga menyampaikan program yang telah dilaksanakan atau perkembangan program kerja kepada masyarakat atau khalayak.

Pengguna Instagram saat ini sudah banyak digunakan oleh berbagai kalangan, hal ini menjadikan instagram memiliki peran penting dalam pembentukan sebuah citra lembaga. Citra merupakan sebuah pandangan atau persepsi khalayak, masyarakat terhadap sesuatu, hal ini yang menjadikan citra sangat dianggap penting bagi instansi atau lembaga terkhusus lembaga pemerintahan. Pengalaman sebuah instansi atau lembaga mampu membentuk citra, baik itu citra *positif* atau citra *negative* yang akan menentukan bagaimana citra dari lembaga tersebut. Citra bukan hanya dilihat dari riwayat pengalaman sebelumnya saja, tetapi dapat dilihat dari berbagai media, salah satunya media sosial instagram.

Berdasarkan data pengamatan diatas peneliti mencermati bahwa dilihat dari unggahan yang di unggah kurang memberikan respon bagi masyarakat, hal ini menjadi pertanyaan besar apakah masyarakat yang kurang peduli akan informasi yang diberikan atau informasi yang diberikan tidak sesuai apa yang dibutuhkan. Dalam media sosial instagram Diskominfo Kota Sukabumi memuat berbagai konten sesuai dengan apa yang akan di informasikan kepada masyarakat namun kurang adanya respon tersebut menjadi pengaruh bagi citra

lembaga bahwa Diskominfo Kota Sukabumi belum dilihat atau dan berpengaruh penting bagi masyarakat yang membutuhkan informasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan pendekatan kualitatif, peneliti memilih karena pendekatan kualitatif akan berusaha untuk menjelaskan, atau mendeskripsikan secara mendalam mengenai strategi pengelolaan media sosial instagram sebagai informasi publik dalam membangun citra lembaga, dan paradigma yang dipergunakan adalah paradigma konstruktivistik karena peneliti melihat bagaimana suatu realitas sosial dikonstruksikan.

Berkembangnya media komunikasi saat ini sangat memudahkan dalam menerima dan memberikan informasi terlebih untuk seorang humas atau *public relations officer* dalam memberikan pelayanan informasi secara *online* dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi. Media *internet* saat ini dilihat sebagai media *menstream* yang memiliki tingkat ke efektifan yang memberikan informasi secara cepat, efektivitas dan efisiensi yang tinggi dalam memberikan informasi karena mudah di akses dan dijangkau kapanpun dan dimanapun.

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan Latar Belakang yang telah dijabarkann mengenai konteks penelitian di atas, maka dari itu fokus peneliitian yang dibuat oleh peneliti hanya terfokus pada wilayah yang diteliti saja, yaitu mengenai "Pengelolaan Media

Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (Analisis Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi)” maka pertanyaan penelitiannya ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah penentuan masalah Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram?
2. Bagaimana perencanaan program Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram?
3. Bagaimana pelaksanaan dan komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui sosial media instagram?
4. Bagaimana Tahapan evaluasi hasil dari program yang telah dilaksanakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial terkhusus instagram?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis dan mengkaji realitas mengenai:

1. Untuk mengetahui langkah-langkah penentuan masalah Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram
2. Untuk mengetahui perencanaan program Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram
3. Untuk mengetahui pelaksanaan dan komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui sosial media instagram

4. Untuk mengetahui tahapan evaluasi hasil dari program yang telah dilaksanakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam membangun citra melalui media sosial instagram

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan sebagai literatur yang tentunya bisa menjadi ilmu baru sesuai dengan teori yang berhubungan dengan strategi pengelolaan media sosial dalam membentuk citra lembaga, selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber penelitian yang akan datang.

D.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini mampu bermanfaat untuk praktisi humas di berbagai lembaga terkhusus pemerintahan agar membangun atau meningkatkan citra positif lembaga dengan cara pengelolaan media sosial yang baik melalui berbagai strategi-strategi yang dilakukan.

E. Landasan Pemikiran

E.1 Penelitian Sebelumnya

Tujuan penelitian terdahulu dengan jenis tema yang sama sebagai pembandingan bertujuan penelitian yang akan atau sedang dilakukan sehingga menentukan penelitian saat ini di tengah-tengah penelitian sebelumnya. **Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Slamet Mulyana, Dkk

(2019) Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Vol IX No. 1 dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Cikudul Sukabumi” penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.

Peneliti tersebut membahas mengenai bagaimana pengelolaan media sosial dalam meningkatkan promosi, dalam hal ini yang ada dalam jurnal tersebut menjelaskan pasar cikundul mengangkat dua konsep pasar digital, dengan memadukan keindahan alam , lingkungan, suasana sekitar masih alami dengan beberapa infrastruktur tambahan. Adapun pengelolaan media sosial ini melalui beberapa tahapan pencarian konten, pengelolaan konten, unggahan ke media sosial official dan berakhir dengan evaluasi media sosial. Media sosial telah terbukti akan nilai *positif* yang diberikan dalam memberikan penyebaran berbagai informasi yang banayak dilihat masyarakat dan dijadikan *referensi* yang mencerminkan pemanfaatannya. Tidak hanya dalam hal *positif*, media sosialpun mampu menggiring opini yang ada dengan cepat sehingga mudah tersebar ke berbagai kalangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan yang dilakukan memberikan nilai *positif* dan juga mampu mengelolaa dengan berbagai konsep yang dilakukan dalam hal ini pemasarannya pun sangat memberikan dampak positif bagi pengelolaa atau objek wisata pemandian air panas cikundul Sukabumi. Perbedaan penelitian Slamet Mulyana dengan peneliti terletak pada tujuan penelitiannya. Peneliti Slamet Mulyana yaitu

mendeskripsikan pengelolaan melalui media sosial sebagai media promosi pariwisata pasar cikundul. Dalam hal ini mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial. Sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.

Kedua, penelitian Paramitha Widaswary Dkk (2019) PT Duta Visual Nusantatra Tivi Tujuh (TRANS7) Universitas Padjajaran, Profesi Humas, Vol 3 No. 2, dengan judul “Strategi Perencanaan Humas Media Sosial Radio OZ sebagai Upaya Transpormasi Pendengar” penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif. Jurnal tersebut meneliti mengenai media sosial sebagai perencanaan yang baik dalam memberikan cara strategi dalam digital marketing yang sangat menunjang suatu perusahaan atau lembaga terhadap transpormasi pendengar radio. Jurnal tersebut dikatakan bahwa media sosial menjadi salah satu penunjang bagi keberlangsungan transformasi radio saat ini karena media sosial memberikan respon yang cepat dalam memberikan informasi seputar kegiatan yang akan dilaksanakan dalam waktu penyiaran, banyak masyarakat yang menggunakan media sosial sebagai respon terhadap penyiar apabila akan memberikan tanggapan seperti halnya *reques* lagu dan lain sebagainya yaitu dengan menggunakan media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan media internet yang digunakan dalam jurnal tersebut menjadi media internet marketing atau elektronik marketing (e-marketing) salah satu media yang menunjang kegiatan yaitu seperti instagram, oleh karena itu radio OZ selalu update mengenai kegiatan, program dan

informasi yang dibagikan kepada masyarakat baik berbentuk *image*, poster ataupun vidio yang diisi *captions* tanpa batas karakter.

Perbedaan penelitian Faramitha Widaswari DKK bertujuan dalam penggunaan strategi sosial media instagram salah satunya mengkomunikasikan perubahan yang dilakukan oleh Radio OZ yaitu dengan memperluas segmentasi pasar hingga meraih umur dewasa muda. Seangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.

Ketiga, Penelitian Lucy Pujasari Supratman (2018) Universitas Telkom Vol 13 No. 1, dengan judul “Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native” peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus eksplanatori, penelitian ini bertujuan memetakan penggunaan media sosial di kalangan digital native.

Hasil penelitian ini terbagi ke dalam tiga domain yaitu alasan penggunaan media sosial dalam keseharian dan evaluasi dari penggunaan media sosial. Ketiga domain tersebut terintegrasikan secara komprehensif oleh digital native dalam mengelola konten informasi, menginterpretasikan, dan mengevaluasi diri sebagai penggunaan media sosial yang cerdas.

Perbedaan penelitian Lucy Pujasari Supratman terdapat pada pendekatan yang dilakukan. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus eksplanatori bertujuan memetakan penggunaan media sosial di kalangan digital native. sedangkan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif yang

bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Rizky Nurul Shafa (2019) yang berjudul “ Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga” (Analisis Kualitatif pada Humas PT. Dirgantara Indonesia) dengan metode penelitian kualitatif melalui analisis deskriptif dalam meneliti pengelolaan konten instagram dalam menjaga citra. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan konten PT. Dirgantara Indonesia diharapkan mampu menjaga citra dan memberikan yang terbaik dalam membangun dan mempertahankan citra..

Segala upaya dilakukan untuk memberikan informasi dan menimbulkan pandangan positif bagi masyarakat untuk PT. Dirgantara Indonesia dengan berbagai konten yang disajikan guna memudahkan dalam membeikan segala informasi dari berbagai kegiatan sehingga mampu mengelola konten instagram dengan baik. Perbedaan penelitian Rizky Nuruk Shafa lebih condong pada konten yang di berikan dan strategi yang dilakukan. Sedangkan peneliti condong pada pengelolaan sosial media instagram dalam membangun citra lembaga.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Intan Ayu Lestari (2018) dengan judul penelitian “Pengelolaan Website dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga” (Analisis Deskriptif pada Website Yayasan Pendidikan Al-Masoem. Hasil penelitian ini menunjukkan pengelolaan website di Yayasan

Pendidikan Al-Masoem kurang baik, hal ini karena kurangnya ada pengelolaan website dengan baik dan semestinya. Dalam konten websitenya di muat berbagai informasi mengenai informasi up to date sehingga memberikan isi yang menarik dan citra Yayasan Pendidikan Al-Masoem semakin baik di pandang oleh masyarakat atau khalayak.

Perbedaan penelitian Intan Ayu Lestari terfokus pada website yang dikelola di Yayasan Al-Masoem, sedangkan peneliti memfokuskan pada pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian yang akan dilaksanakan
1.	Selamat Mulyana (2019)	Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul	Pendekatan Kualitatif, metode studi kasus	Pengelolaan media sosial sebagai media promosi dilakukan dengan beberapa perencanaan atau tahapan yaitu,	Peneliti Slamet Mulyana yaitu mendeskripsikan pengelolaan media sosial sebagai media promosi pariwisata pasar

		Sukabumi		pencarian konten, pengelolaan konten, dan evaluasi.	cikundul. Dalam hal ini mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial. Sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.
2.	Paramit ha Widasw ary Dkk (2019)	Strategi Perencanaan Humas Media Sosial Radio OZ sebagai Upaya Transpormas	Metode Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan media internet yang digunakan dalam jurnal tersebut menjadi media internet marketing atau	Perbedaan penelitian Faramitha Widaswari DKK bertujuan dalam penggunaan strategi sosial media instagram

		<p>i Pendengar</p> <p>Jurnal</p>		<p>elektronik marketing (e-marketing) salah satu media yang menunjang kegiatan yaitu seperti instagram, oleh karena itu radio OZ selalu update mengenai kegiatan, program dan informasi yang dibagikan kepada masyarakat baik berbentuk <i>image</i>, poster ataupun vidio yang diisi <i>captions</i> tanpa batas karakter.</p>	<p>salah satunya mengkomunikasikan perubahan yang dilakukan oleh Radio OZ yaitu dengan memperluas segmentasi pasar hingga meraih umur dewasa muda. Seangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan sosial media dalam membangun citra lembaga.</p>
--	--	----------------------------------	--	---	--

3.	Lucy Pujasari Supratman (2018)	Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native Jurnal	Metode Penelitian Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini terbagi ke dalam tiga domain yaitu alasan penggunaan media sosial dalam keseharian dan evaluasi dari penggunaan media sosial. Ketiga domain tersebut terintegrasi secara komprehensif oleh digital native dalam mengelola konten informasi, menginterpretasikan, dan mengevaluasi diri</p>	<p>Penelitian Lucy Pujasari Supratman terdapat pada pendekatan yang dilakukan. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus eksplanatori bertujuan memetakan penggunaan media sosial di kalangan digital native. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial instagram</p>
----	--------------------------------	--	------------------------------	--	---

				sebagai penggunaan media sosial yang cerdas.	dalam membangun citra lembaga.
4.	Rizky Nurul Shafa (2019)	Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga” (Analisis Kualitatif pada Humas PT. Dirgantara Indonesia) Skripsi	Metode Kualitatif analisis Deskriptif	Pengelolaan konten PT. Dirgantara Indonesia diharapkan mampu menjaga citra dan memberikan yang terbaik dalam membangun dan mempertahankan citra..	Perbedaan penelitian Rizky Nuruk Shafa lebih condong pada konten yang di berikan dan strategi yang dilakukan. Sedangkan peneliti condong pada pengelolaan sosial media instagram dalam membangun citra lembaga.
5.	Intan	Pengelolaan	Metode	Pengelolaan	Perbedaan

	<p>Ayu Lestari (2018)</p> <p>Website dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga” (Analisis Deskriptif pada Website Yayasan Pendidikan Al-Masoem)</p> <p>Skripsi</p>	<p>Deskrptif kualitatif</p>	<p>website di Yayasan Pendidikan Al-Masoem kurang baik, hal ini karena kurangnya ada pengelolaan website dengan baik dan semestinya. Dalam konten websitenya di muat berbagai informasi mengenai informasi up to date sehingga memberikan isi yang menarik dan citra Yayasan Pendidikan Al-</p>	<p>penelitian Intan Ayu Lestari terfokus pada website yang dikelola di Yayasan Al-Masoem, sedangkan peneliti memfokuskan pada pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.</p>
--	---	-----------------------------	---	---

				Masoem semakin baik di pandang oleh masyarakat atau khalayak.	
--	--	--	--	---	--

E.2 Landasan Teoritis

Teori adalah dasar dalam penyusunan yang harus ada dalam analisis penelitian yang di perlukan menganalisis dan menginterpretasikan berbagai data yang didapatkan dari hasil penelitian yang sebelumnya dilakuka. Teeori yang menjabarkan proses pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga, konsep dalam penelitian ini akan digunakan. Dalam penelitian konsep merupakan hal yang memberikan kajian literature terbaru dalam penelitian yang relevan dengan fokus kajian penelitian mengenai pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Cutlip, Center and Broom (Ruslan, 2006:351) menyampaikan bawasannya program kerja perencanaan melalui berbagai “Proses Empat Langkah-Langkah atau Tahap Pokok” yaitu sebagai berikut:

1. *Fact Finding* atau Permasalahan/ Pencarian Fakta
2. *Planning and Programing* atau Perencanaan dan Program

3. *Communication and Taking action* atau Komunikasi dan Aksi

4. *Evaluation* atau Evaluasi

1) Pertama, *Fact Finding* atau Permasalahan atau pencarian fakta

ini ialah pencarian atau pengumpulan fakta yang mampu memberikan langkah awal yang mempunyai untuk mengumpulkan berbagai data yang berkenaan dengan kebutuhan suatu lembaga ataupun perusahaan. Tahap ini ialah tahap dimana pengumpulan dan penentuan data atau permulaan dalam sesuatu hal pemicu permasalahan yang terjadi di masyarakat yang berhubungan langsung lembaga. Disinilah terfokus sebagai pengetahuan hasil opini masyarakat dan situasi yang ada terhadap sesuatu yang akan dilaksanakan, maupun sedang dilaksanakan itu dapat membantu atau tidaknya juga mengganggu dan mempersulit kegiatan perusahaan, organisasi atau lembaga.

2) Kedua, *Planning and Programing* atau Perencanaan dan program merupakan sebagian dari perincian secara mendetail dan tersusun dan tentunya sesuai mengenai berbagai proses-proses yang selanjutnya mulai direalisasikan untuk tujuan yang diharapkan. kegiatan dalam mengelola suatu program tentu yang pertama dilakukan yaitu dengan menyimpan berbagai data juga kenyataan di pusat tentang keadaan

bagaimana langkah yang harus di ambil dalam merencanakan, juga di dalam memiliki target sebuah kegiatan yang akan di buat juga dilaksanakan. Perencanaan dilakukan juga program dilakukan secara tepat agar apa yang menjadi kendala atau masalah dapat dengan cepat *terhanddle*. Tahap selanjutnya ini mulai memilih media yang tepat yang akan memudahkan perusahaan, lembaga atau organisasi untuk melaksanakan pemograman.

Planning and Programming merupakan bagaian penting dalam usaha memperoleh data seperti opini publik yang menguntungkan, hal ini sangat penting bagi pihak *Public Relations*, karena bagian yang menentukan bagi kesuksesan atau keberhasilan tujuan organisasi, perusahaan atau lembaga. Terutama tujuan *Public Relations*. Tugas seorang *Public Relations* yaitu menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan perusahaan, organisasi atau lembaga.

- 3) Ketiga, Komunikasi dan Aksi (*Communication and Taking action*) tahap ini dapat dikatakan sebagai tahapan melaksanakan disesuaikan dengan yang akan di laksanakan *Public Relations* data dan fakta yang ada. Dalam perencanaan komunikasi dan aksi adalah tahapan dimana kita sudah melakukan apa yang dilakukan sebelumnya. Tahap ini akan melakukan sesuai

dengan media pilihan yang digunakan. sehingga nanti komunikais yang tentunya bagus akan membangun efek yang bagus, sebaliknya ketika komunikasi yang tidak baik maka akan menimbulkan tidak baik.

- 4) Keempat, Evaluasi (*Evaluation*) merupakan tahap akhir dalam proses suatu program yaitu memperjelas atau menganalisis hasil persiapan perencanaa. Penyesuaian penempelan dari berbagai pempograman, dalam tahapan ini seorang *public relations* melaksanakan berbagai pendalaman kepada hal baru telah dilaksanakan atau dikerjakan beres tepatkah atau malah menjadi penghambat. Sesuai dengan benar atau masih keliru, sehingga hasil evaluasian mampu memberikan pandangan atau konsean gambar secara menyeluruh sehingga akan berjalan seperti semestinya sesuai dengan rencana- rencana awal yang disetujui.

E.3 Landasan Konseptual

1) Pengelolaan

pengelolaan merupakan langkah yang memberikan perlindungan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian suatu tujuan. dalam hal ini pengelolaan di artikan secara umum merupakan kegiatan merubah atau mengganti sesuatu menjadi lebih baik yang memiliki nilai lebih

tinggi dari sebelumnya. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai sesuatu agar lebih sesuai dengan yang di harapkan sehingga menjadi sesuatu yang tersusun dan terencana.

Nugroho (2003:119) mendefinisikan bahwa pengelolaan adalah bahasa yang digunakan dalam teori mengenai manajemen. Secara etimologis pengelolaan awalnya kata kelola (*to manage*) hal ini tentunya memfokus pada proses mengelola juga *menghanddel*, membantu dalam suatu pencapaian yang diharapkan.. Jadi pengelolaan ini ialah ilmu manajemen yang berkaitan dengan proses menangani dan mengurus hal dengan bertujuan agar sesuatu hal yang di harapkan..

Pengelolaan Instagram tentu sangat memberikan pengaruh terhadap suatu citra lembaga dan melalui pengelolaan sosial media yang baik juga mempengaruhi mengenai opini atau penglihatan masyarakat mengenai lembaga tersebut karena dilihat dari pengelolaan instagram yang baik mampu memberikan ketertarikan dalam memberikan segala informasi yang diberikan dan hal tersebut menjadi suatu perhatian masyarakat terhadap konten-konten yang diberikan melalui media sosial.

2) Proses Tahapan *Public Relations*

Konsep dalam penelitian dimaksudkan untuk memberkan referensi penelitian yang relevan dengan fokus kajian penelitian mengenai pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga. Cutlip and Center dalam (Ruslan,2010:150) menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja melalui “proses empat tahapan atau langkah-langkah pokok” yaitu sebagai berikut:

Pertama, Perencanaan data atau *Fact Finding*. Perencanaan fakta disini dilakukan oleh Bidang Pengolahan dan penyediaan data Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi agar mengetahui apa aja yang menjadi masalah, apa saja yang menjadi hambatan dalam membangun citra positif lembaga. Kedua, perencanaan dan program atau *planning and programing*, tahapan ini merupakan tahapan merencanakan dan melaksanakan program. Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisis lalu diintergrasikan atau diserahkan dengan kebijakan dan kegiatan organisasi, pada tahap ini bisa ditemukan “pilihan yang diambil”.

Ketiga, aksi dan komunikasi atau *Taking Actions and Communicating*. Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh Bidang pengolahan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi agar apa yang telah direncanakan terlaksana atau apa saja yang telah dilakukan dan mengapa demikian sehingga bisa melaksanakan yang telah direncanakan bisa melaksanakan yang telah direncanakan. Keempat, Evaluasi atau *evaluation* merupakan tahap penilaian yang dilakuka oleh Bidang pengolahan dan penyediaan data informasi

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi agar apa yang telah direncanakan juga dilaksanaakn memberikan dampak dan menanggulangi maslah yang ada. Empat tahapan itu dituangkan dalam media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yaitu diskominfo_sukabumikota setelah empat tahapan tersebut dituangkan dalam media sosial barulah akan menghasilkan citra yang baik untuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

3) Media Sosial

Media Sosial memang dimanfaatkan oleh masyarakat dalam mencari sumber informasi dan interaksi yang mempermudah dengan cepat dan lengkap. sekarang media sosial merupakan perkembangan media yang memberikan banyak fungsi sesuai dengan kebutuhan suatu penggunanya sehingga media sosial banyak diminati oleh masyarakat dalam mengelola lembaga, perusahaan atau organisasi. Media sosial menjadi alat komunikasi yang sangat mudah digunakan oleh semua kalangan dalam mencari kebutuhan informasi yang dibutuhkan.

Membahas media sosial, seiring perkembangan zaman saat ini media sosial semnajdi hal yang pasti dan penting dalam segala aspek yang kian memberikan pembaruan serta inovasi baru dalam perubahan. Ardianto, (2012:165) dalam bukunya *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif* menjelaskan bahwa sosial media merupakan mempergunakan jejaring internet juga berbagai fitur yang tentunya mempermudah pemakainya untuk bergabung, membagi juga merka enciptakan sebuah karya berbentuk konten dimedia sosial instagram. .

Media sosial banyak macamnya salah satunya yang paling sering digunakan oleh suatu instansi, lembaga atau perusahaan adalah instagram. Pemilihan media sosial ini dalam target dan jumlah banyak masyarakat yang aktif serta berperan aktif dalam mencari segala kebutuhan informasi di sosial media karena hal ini memudahkan untuk di akses juga dilihat kapan saja dan dimana saja dengan adanya koneksi internet yang baik.

4) Instagram

Instagram merupakan jenis sosial media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat umum, dalam hal ini instagram sebagai media yang dapat dimanfaatkan sesuai dengan kontes kebutuhan penggunanya. Fitur yang diberikan oleh instagram berupa gambar-gambar, video berdurasi pendek juga cerita pendek melalui *instastory* dan fitur *live streaming*. Instagram aktif digunakan dari tahun 2010 hingga saat ini perkembangan media sosial instagram sangat pesat, dilengkapi dengan berbagai fitur baru dalam setiap pembaruannya, sehingga instagram menjadi media yang banyak digandrungi oleh masyarakat terkhusus kaum milenial.

5) Citra

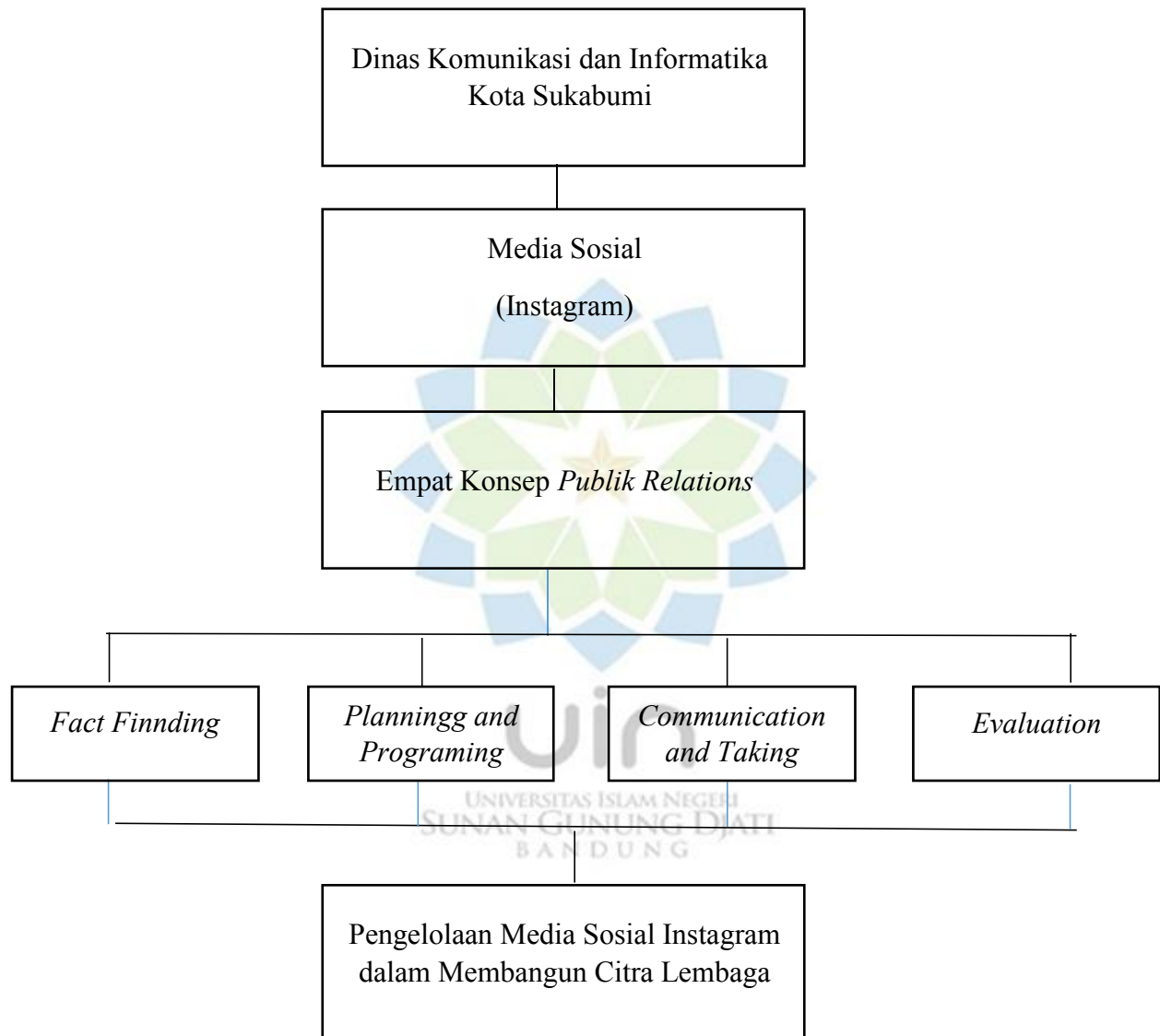
Citra merupakan pandangan setiap orang yang memberikan keuntungan bagi orang lain, lembaga, instansi atau perusahaan guna memandang sebuah reputasi atau pengalaman, saat ini yang terlihat citra positif atau citra negative. Menurut Katz dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007;113), citra adalah bagaimana orang lain atau pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, atau suatu aktivitas. Citra

dapat dikatakan sebagai pandangan juga gambaran yang tentunya bisa dilihat oleh lingkungan bahkan secara meluas sebagai hal yang telah berpengalaman mengenai pengetahuan tentang suatu objek.

Citra terbagi menjadi beberapa jenis, menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianti (2007:117), adalah sebagai berikut:

- a. Cerminan Citra (*The Mirror Image*) merupakan dugaan manajemen tentang pihak luar melihat lembaga atau instansinya.
- b. Citra Masih Hangat (*The Current Image*) merupakan pandangan tentang sesuatu pada pihak luar sesuai dengan pengalaman
- c. Citra yang Diinginkan (*The Wish Image*) mengenai ini manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu untuk dilihat bahwa citranya itu positive.
- d. Citra yang Berlapis (*The Multiple Image*) merupakan sekelompok orang atau kantor seperti kantor cabang yang tentunya bisa membentuk citra yang mungkin tentu sesuai dengan keragaman citra organisasi lainnya.

Bagan 1
Kerangka Konseptual



F. Langkah-Langkah Penelitian

F.1 Lokasi Penelitian

Berlokasi di Kantor Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi yang beralamat di jalan Syamsudin, SH Nomor 25 Cikole, Kecamatan Cikole, Kota Sukabumi Jawa Barat. Objek penelitian yaitu Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi).

F.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma Konstruktivisme digunakan peneliti yang dimana pandangan paradigma ini menjelaskan bawasannya realitas sosial diciptakan melalui kontruksi sosial oleh manusiaa..Penelitian memperunakan paradigma konstruktivisme akan mengkaji suatu realitas pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga Dinas Komunikasi dan Informasi. Pengelolaan media sosial merupakan realitas yang di konstruksikan lembaga dalam menjalankan fungsi dalam pelayanan terbaik untuk masyarakat.

Paradigma kontruktivisme melihat atau melihat suatu realitas yang sesungguhnya natural kehidupan sosial. bukanlah realitas, namun dibentuk dari hasil kontruksi. Menetapkan pentingnya kontruktivismesuatu pengamatan dalam objek suatu realitas atas ilmu pengetahuan hingga menentukan pengetahuan (Salim,2006:73-75)

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Yang dimana pendekatan ini bisa mendapatkan pandangan atau arahan mengenai realitas dari cara pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga. Agar penelitian menghasilkan data yang bersifat komprehensif, maka pendekatan kualitatif digunakan peneliti dalam hal ini penenliti harus memiliki kemampuan yang dalam serta analisis yang tajam.

F.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif digunakan peneliti dengan tujuan agar bisa mengelompokan permasalahan yang sedang diteliti dengan memisahkan objek dalam kegiatan penelitian di suatu perusahaan juga lembaga, khalayak dan yang lainnya sebagainya juga saat ini sesuai dengan fakta-fakta yang ada mengenai pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus atau bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh objek penelitian misalnya, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya. Dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang di kemas dengan kontek khusus alamiah untuk memanfaatkan metode-metode ilmiah. (Moleong, 2006:6)

F.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Data kualitatif ini ialah bukan data yang bersifat tidak hitungan sehingga data-data yang di simpan dan dikumpulkan mengenai data-data pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi.

2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data yang dibagi menjadi dua bagian yaitu, sebagai berikut:

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer ialah data basis atau utama yang dipakai sebagai nanti pencarian. Data utama di peroleh yang dapat digambarkan sebagai jenis data yang langsung dari peneliti atau narasumber atau informan. Sumber utama dan rujukan utama yaitu para staf karyawan atau pegawai, media sosial instagram juga website resmi Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data tambahan yang didapatkan dari pihak kedua ketiga atau seterusnya. Dalam hal ini data tersebut merupakan data pelengkap. Dalam hal ini peneliti menggunakan beberapa sumber

pengetahuan dan data yang menunjang dimana data mampu saling mendukung yaitu buku pengetahuan, jounnal, dan lain sebagainya yang berhubungan dnegan karya ilmiah.

F.5 Teknik Pemilihan Informal

Teknik penentuan sampel digunakan peneliti sebagai pertimbangan untuk peneliti mencari narasumber yang dijadikan orang yang dianggap mengetahui serta tentunya memahami apa yang dibutuhkan juga diharapkan. Dapat mampu mempermudah peneliti dalam mencari data informasi yang dapat memudahkan apa yang sedang di teliti. Objek yang dijadikan narasumber peneliti adalah orang yang ada hubungannya dengan mempunyai ilmu pengetahuan dibidangnya, yaitu Seksi atau Bgaian Karyawan Dinas Komunikasi dan Informasi sesuai dengan bidang yang ditekuninya

Subjek yang dijadikan penelitian sebagai informan adalah Staf Dinas Komunikasi dan Informatika dengan kriteria:

1. Informan merupakan Staf Karyawan Dinas Komunikasi dan Informasi, alasan menentukan kriteria ini yairu untuk menyesuaikan individu-individu yang mengerti juga paham yang berkaitan betul dengan kegiatan-kegiatan *public relations*.
2. Informan merupakan pengelola Media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

3. Informan merupakan pembuat konten untuk media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi

F.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang di gunakan dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan wawancara dan observasi partisipatif Pasip. Wawancara merupakan obrolan yang mempunyai tujuan. Obrolan atau sama halnya percakapan itu dilaksanakan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan berbagai pertanyaan dan yang di wawancarai (*Interviewee*) yang memberikan tanggapan serta jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini wawancara terstruktur digunakan peneliti agar dimana seseorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat.

Observasi Partisipatif Pasif juga akan dilakukan peneliti dalam hal ini merupakan teknik mengumpulkan data melalui mengamati atau pemantauan mengenai objek yang sedang diteliti. Afifudin dan Saebani (2018:134) dalam bukunya metode penelitian kualitatif menyebutkan tujuan di lakukan observasi untuk lebih memahami hasil dari wawancara. Observasi dilakukan terhadap subjek yang berinteraksi dengan peneliti, dan setiap hal yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan data tambahan.

Menurut Patton yang dikutip oleh Rakhmat (1999:134) dalam bukunya metode penelitian komunikasi observasi bertujuan untuk mendeskripsikan setiap hal

yang sifatnya langsung, orang yang ada dan termasuk dalam hal tersebut, dan mengambil makna dari hal tersebut dengan pandangan yang dilihat mereka dalam hal tersebut. Observasi partisipatif yang dilakukan untuk lebih memahamai konteks data pengelolaan media sosial instagram dalam membangun citra lembaga melalui media sosial instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi.

F.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Peneliti memilih teknik penentuan keabsahan data melalui cara menggunakan teknik triangulasi data. Menurut Paton dalam Moleong (2012:333) memaparkan bawasannya trigulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data yang dimana memakai data yang lain, yaitu data diluar sesuai dengan keperluan berbagai pemeriksaan juga untuk perbandingan dari data lainnya. Moleong mengungkapkan bahwa data yang didapatkan dari penelitian harus bisa dipertanggung jawabkan dengan proses kebenarannya atau tidaknya.

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik penentuan keabsahan data sesuai dengan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti kepada Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi, yaitu dengan wawancara dan observasi partisipatif pasif.

F.8 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data yang menurut menurut Miles dan Huberman yang di kutip oleh Silalahi (2012:339-341) dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Sosial menyebutkan ada tiga alur dalam teknik analisis data, yaitu:

1. Reduksi Data

Proses reduksi data selama penumpun data sumber dilakukan saat penelitian. Reduksi data merupakan proses mengarahkan, menggolongkan, menajamkan, serta membuang yang tidak dibutuhkan, memilih merangkum serta mengorganisasikan data yang dibutuhkan terkait kepentinga juga fokus pada data yang dapat sesuai dengan yang di dapatkan saat penelitian.

2. Penyajian Data

Proses menyusun berbagai data dan informasi yang sudah terkumpulkan yang diambil tindakan dan simpulan dari data-data tersebut dinamakna penyajian data. Narasi, grafik, bagan dan berbagai jenis matriks merupakan bentuk penyajian data dalam penelitian kualitatif yang didapat saat ini. Peneliti memakai alur ini sebagai pemahaman data yang di dapat dengan melakukan analisis jauh mendetail.

3. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Proses yang dilakukan ini selama peneliti sedang dilaksanakan, tentunya juga menguji kebenarannya, kesesuain dan kecocokan data yang dikumpulkan selama kegiatan penelitian berlangsung. menarik kesimpulan juga verifikasi juga dilakukan sesuai tahapandata yang terkumpul selama di lapangan, penyimpanan dan pengumpulan data akhir hingga mencapai final.