

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Digital *public relations* merupakan bagian dari strategi humas dalam meningkatkan *online presence* sebuah lembaga untuk mendapatkan *exposure* di platform-platform *online* seperti sosial media instagram, twitter, *website* dan lain-lain. Selain itu terdapat beberapa manfaat dari pengelolaan *digital public relations* bagi sebuah lembaga yaitu dapat membangun citra positif bagi lembaga tersebut serta dapat meningkatkan *engagement* masyarakat untuk turut serta dalam mensukseskan program yang dibuat oleh lembaga melalui platform *website* dan juga sosial media instagram, twitter dan lain-lain.

Penelitian yang dilakukan Nurjanah dan Nurnisya (2016) menjelaskan bahwa di era komunikasi yang sudah berevolusi menggunakan teknologi, pemanfaatan media komunikasi dengan menggunakan media digital *public relations* ini sudah menjadi bagian penting bagi seorang humas dalam memberikan informasi terkait program yang dibuat oleh lembaga, dengan demikian humas berperan dalam menjalankan beberapa fungsi komunikasi untuk mengoperasikan atau mengelola sosial media sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan citra lembaga melalui konten atau program yang dibuat.

Masa sekarang berbagai informasi yang dibutuhkan sudah sangat mudah didapat melalui internet, sehingga pada akhirnya memberikan inovasi baru bagi seorang humas dalam pemanfaatan sosial media sebagai sarana dalam menyampaikan informasi kepada khalayak melalui pengelolaan digital *public*

*relations*. Seperti kita ketahui berita *hoax* sudah sangat mudah beredar dengan sumber yang tidak jelas asalnya sehingga khalayak dapat terkecoh dan terpengaruh yang mana nantinya ini akan berdampak buruk dan bisa menghancurkan citra sebuah lembaga itu sendiri maka dari itu seluruh masyarakat ataupun *stakeholder* lembaga membutuhkan informasi resmi yang faktual dan dapat dipercaya sehingga pemanfaatan digital *public relations* bagi organisasi adalah hal yang mutlak atas kevalidasiannya.

Tidak hanya pengelolaan digital *public relations* saja tetapi citra positif juga sangat mendukung eksistensi organisasi agar dikenal baik oleh publiknya. Menurut Suratno (2016) menjelaskan bahwa citra positif memiliki peran yang sangat penting terhadap keberlangsungan sebuah organisasi untuk bisa bertahan. Hal ini akan menjadi tolak ukur bagi publiknya dalam menilai apakah organisasi tersebut memiliki nilai dan kualitas yang baik dalam pelayanan prima.

Berdasarkan data pra penelitian yang didapat oleh peneliti melalui situs resmi <https://www.kakakasuh.org/>, Yayasan Karya Kakak Asuh ini mampu membentuk citra positif menjadi besar yang mana awalnya organisasi ini hanya sebuah komunitas mahasiswa saja tapi dalam kurun waktu dua tahun lembaga ini resmi memiliki badan hukum dan menjadi yayasan dengan nama Yayasan Karya Kakak Asuh sejak 10 februari 2020 selain itu juga di tahun kedua pada *open recruitment* kepengurusan Yayasan Karya Kakak Asuh berhasil menembus hingga 13939 pendaftar dari berbagai daerah. Inilah mengapa pentingnya sebuah pengelolaan digital *public relations* dalam membentuk citra

positif agar sasaran publiknya tertarik dalam memberikan kontribusinya kepada organisasi tersebut.

Data yang dipaparkan pada latar belakang, peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti Bagaimana Yayasan Karya Kakak Asuh ini dapat mengelola digital *public relations* melalui media sosial instagram sebagai upaya menjaga citra positif yang mana tadinya Karya Kakak hanya sebuah komunitas mahasiswa saja namun dengan berbagai upaya yang dilakukan pada akhirnya bisa resmi menjadi sebuah yayasan yang bernama Yayasan Karya Kakak Asuh.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teori POAC oleh George R Terry. Hasil akhir dari penelitian ini ialah mengetahui bagaimana Yayasan Karya Kakak Asuh dalam mengelola digital *public relations* melalui teori POAC.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka peneliti memiliki fokus penelitian pada “Bagaimana Pengelolaan Digital *Public Relations* melalui *instagram* @kakakasuh Sebagai Upaya Menjaga Citra Positif Yayasan Karya Kakak Asuh?” Untuk membahas fokus penelitian tersebut lebih dalam, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan konten digital *public relations* melalui *instagram* @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh?

2. Bagaimana pengorganisasian sumber daya manusia membuat program digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh?
3. Bagaimana proses pelaksanaan digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh?
4. Bagaimana Pengawasan digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh?

### **C. Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Pengelolaan Digital *Public Relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan konten digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh.
2. Untuk mengetahui pengorganisasian sumber daya manusia membuat program digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh.
3. Untuk mengetahui proses pelaksanaan digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh.

4. Untuk mengetahui Pengawasan digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **D.1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan distribusi secara ilmiah terhadap perkembangan ilmu kehumasan atau *public relations* terkhusus pada bidang kajian pengelolaan Digital *public relations*. Serta dapat memberikan kemudahan bagi peneliti selanjutnya sebagai sumber rujukan dan referensi dalam melakukan penelitian sejenis ataupun sebagai studi pembandingan bagi peneliti yang akan meneliti hal yang sama.

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

Secara praktis, hasil dari penelitian ini agar dapat memberikan penjelasan bagi praktisi ataupun akademisi pada bidang kehumasan terutama dalam pengelolaan digital *public relations*, sehingga dapat dijadikan rujukan untuk kegiatan selanjutnya oleh instansi terkait.

## **E. Landasan Pemikiran**

### **E.1. Landasan Teoritis**

Organisasi atau lembaga sangat terikat dengan sebuah teori manajemen dasar, berdasarkan teori manajemen dasar yang dikemukakan oleh George R. Terry dalam bukunya "*Principle of Management*" (dalam Sukarna, 2011:10), diantaranya:

### **1. *Planning* (Perencanaan)**

Perencanaan adalah tahap pertama dalam menentukan tujuan dari suatu kegiatan ataupun program. Tahap ini disebut juga tahap *Planning*, yang mana dalam merencanakan suatu hal untuk masa depan dan memiliki sebuah dampak bagi organisasi ataupun lembaga.

### **2. *Organizing* (Pengorganisasian)**

*Organizing* merupakan tahap kedua yang mana pada tahap ini seorang yang memiliki peran penting atau penanggung jawab harus dapat membagi atau mengelompokkan penugasan setiap aktivitas yang sudah direncanakan. Dengan membagi berbagai tugas tersebut agar mempermudah pengekseskuan atas perencanaan pada tahap selanjutnya.

### **3. *Actuating* (Pelaksanaan)**

Pelaksanaan adalah tahap dimana semua perencanaan yang sudah dirancang sedemikian rupa akan mulai dieksekusi. Pada tahap ini juga, ada beberapa factor yang harus diperhatikan karena sangat menunjang terlaksana atau tidaknya sebuah program, yaitu dengan metode kepemimpinan yang ideal dan komunikasi yang efektif.

### **4. *Controlling* (Pengawasan)**

Setelah ketiga tahap sebelumnya terlaksana maka selanjutnya pada tahap terakhir adalah melakukan controlling atau pengawasan. Tahap ini seorang yang berperan penting atau penanggung jawab akan memastikan apakah pelaksanaan kegiatan sesuai dengan perencanaan awal atau tidak.

Jika tidak, maka selanjutnya penanggung jawab akan melakukan proses *monitoring* dan *evaluating program*.

## **E.2. Hasil Penelitian Terdahulu**

Peneliti menelaah penelitian terdahulu yang memiliki relevansi atau keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya sebagai rujukan pendukung, pembanding serta pelengkap agar penelitian ini lebih akurat dan dapat memperkuat analisis.

**Pertama**, penelitian yang dilakukan Nurul Hanifa, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Thesis,2020). Penelitian ini berjudul Pengelolaan Digital *Public Relations* melalui Media Internal Kontak PT Kereta Api Indonesia. Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah pengelolaan *Digital PR* pada media Internal kontak melalui lima tahapan, yaitu (1) *planning* atau merencanakan dengan tujuan membuat perencanaan taktis untuk menentukan rubrik pada media internal kontak, (2) *Organizing* atau pengorganisasian dalam melakukan staffing (pembagian kerja) kepada karyawan yang terlibat dalam pembuatan konten media internal kontak, (3) *Communicating* atau komunikasi dilakukan dengan memanfaatkan beberapa media untuk publikasi media internal kontak kepada publik, (4) *Controlling* atau pengawasan yang bersifat internal dengan berupa pengawasan konten serta menampung semua saran dan kritik dari pembaca, (5) *Evaluating* atau evaluasi ini berguna untuk melihat progress dan upgrading di setiap evaluasi yang dilakukan. penelitian

ini berhasil melakukan pengelolaan *digital PR* melalui media internal kontak PT. KAI.

**Kedua**, penelitian yang dilakukan Wulan Mulya Asih, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Skripsi, 2019). Penelitian ini berjudul Pengelolaan Digital *PR* dalam Mengemas Konten Dakwah di *Instagram* @masjidtrans. Deskriptif Kualitatif. Hasil dari Penelitian ini adalah pengelolaan *digital public relations* pada Masjid Trans Studio Bandung dilakukan dalam konsep *four step PR*. (1) *Fact Finding* dilakukan dengan mencari fakta-fakta yang ada lalu dianalisis dengan situasi dan target sasaran melalui media, (2) *Planning* atau melakukan perencanaan sebelum mengeksekusi dengan menentukan tujuan yang akan dicapai, (3) *Taking and Communication* melakukan semua kegiatan yang sudah dirancang dalam pengelolaan *digital PR*, (4) *Evaluating* adalah tahapan terakhir dalam melihat hasil akhir bagaimana pembuatan konten yang sudah dicapai dan dibuatkan laporan penilaian sebulan sekali untuk melihat perkembangannya setiap bulan. Penelitian ini berhasil melakukan pengelolaan dalam mengemas konten di *instagram* @masjidtrans sebagai upaya penyebaran informasi kajian kepada masyarakat.

**Ketiga**, penelitian yang dilakukan Derizal Yanuar Fadilah, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Skripsi, 2021). Penelitian ini berjudul Pengelolaan Website dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga. Deskriptif Kualitatif. Hasil dalam penelitian ini adalah bagaimana mengelola website yang dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan citra



positif lembaga dengan menggunakan konsep *4 step PR* sebagai pondasi penelitian untuk melihat bagaimana Bidang Informasi Komunikasi Publik Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam menangani *website* yang menjadi penentu citra positif lembaga.

**Keempat**, penelitian yang dilakukan Rahma Ari Citra, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Skripsi, 2021). Penelitian ini Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga. Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang bertugas dalam mengelola media informasi dalam menyampaikan informasi untuk membangun citra lembaga dilakukan menggunakan konsep *4 step PR* sebagai kerangka acuan dalam penelitian yang dilakukan.

**Kelima**, penelitian yang dilakukan Risky Nurul Shafa, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Skripsi, 2019). Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga. Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana mengelola media sosial dengan membuat konten kreatif guna untuk menarik perhatian dari publiknya serta menjaga citra lembaga yang positif melalui media sosial instagram yang ditinjau menggunakan konsep *4 step PR* sebagai pondasi awal dalam membuktikan penelitian yang dilakukan.

**Tabel 1 Hasil Penelitian Sebelumnya**

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan
Nurul Hanifa, Thesis Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2020)	Pengelolaan <i>Digital Public Relations</i> melalui Media Internal Kontak PT Kereta Api Indonesia	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah pengelolaan <i>Digital PR</i> pada media Internal kontak melalui lima tahapan, yaitu (1) <i>planning</i> atau merencanakan dengan tujuan membuat perencanaan taktis untuk menentukan rubrik pada media internal kontak, (2) <i>Organizing</i> atau pengorganisasian dalam melakukan staffing (pembagian kerja) kepada karyawan yang terlibat dalam pembuatan konten media internal kontak, (3) <i>Communicating</i> atau komunikasi dilakukan dengan memanfaatkan beberapa media untuk publikasi media internal kontak kepada publik, (4) <i>Controlling</i> atau pengawasan yang bersifat internal dengan berupa pengawasan konten serta menampung	Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama membahas tentang bagaimana mengelola digital PR dalam pembuatan sebuah konten melalui media.	Perbedaan dengan penelitian terletak pada media yang digunakan yaitu media internal dan objek penelitian yang dilakukan berbeda yaitu di PT. Kereta Api Indonesia.

			semua saran dan kritik dari pembaca, (5) <i>Evaluating</i> atau evaluasi ini berguna untuk melihat progress dan upgrading di setiap evaluasi yang dilakukan. penelitian ini berhasil melakukan pengelolaan <i>digital PR</i> melalui media internal kontak PT. KAI.		
Wulan Mulya Asih, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2019)	Pengelolaan <i>Digital PR</i> dalam Mengemas Konten Dakwah di <i>Instagram @masjidtrans</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari Penelitian ini adalah pengelolaan <i>digital public relations</i> pada Masjid Trans Studio Bandung dilakukan dalam konsep <i>four step PR</i> . (1) <i>Fact Finding</i> dilakukan dengan mencari fakta-fakta yang ada lalu dianalisis dengan situasi dan target sasaran melalui media, (2) <i>Planning</i> atau melakukan perencanaan sebelum mengeksekusi dengan menentukan tujuan yang akan dicapai, (3) <i>Taking and Communication</i> melakukan semua kegiatan yang sudah dirancang dalam pengelolaan	Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama mengkaji bagaimana pengelolaan media sosial <i>instagram</i> .	Perbedaan dengan penelitian terletak pada fokusnya yang mana penelitian fokus kepada konten yang diteliti dan objek yang ditelitinya berlokasi di Masjid Trans Studio Bandung.

			<p><i>digital PR</i>, (4) <i>Evaluating</i> adalah tahapan terakhir dalam melihat hasil akhir bagaimana pembuatan konten yang sudah dicapai dan dibuatkan laporan penilaian sebulan sekali untuk melihat perkembangannya setiap bulan. Penelitian ini berhasil melakukan pengelolaan dalam mengemas konten di <i>instagram @masjidtransseba</i> sebagai upaya penyebaran informasi kajian kepada masyarakat.</p>		
Derizal Yanuar Fadilah, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2021)	Pengelolaan <i>Website</i> dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga	Deskriptif Kualitatif	<p>Hasil dalam penelitian ini adalah bagaimana mengelola website yang dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan citra positif lembaga dengan menggunakan konsep 4 step PR sebagai pondasi penelitian untuk melihat bagaimana Bidang Informasi Komunikasi Publik Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam menangani <i>website</i> yang menjadi penentu</p>	<p>Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama mengkaji bagaimana caranya mengelola media sosial untuk membangun citra positif.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian terletak pada teori yang digunakan yaitu 4 <i>Step PR</i> dan objek yang diteliti berlokasi di Humas Pemkot Bandung.</p>

			citra positif lembaga		
Rahma Ari Citra. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2021)	Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Lembaga	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi yang bertugas dalam mengelola media informasi dalam menyampaikan informasi untuk membangun citra lembaga dilakukan menggunakan konsep 4 <i>step PR</i> sebagai kerangka acuan dalam penelitian yang dilakukan	Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta pengelolaan media sosial yang digunakan dalam membangun citra yaitu media sosial instagram	Perbedaan dengan penelitian terletak pada objek yang diteliti berlokasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi serta teori yang digunakan adalah 4 <i>Step PR</i> .
Risky Nurul Shafa, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2019)	Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana mengelola media sosial dengan membuat konten kreatif guna untuk menarik perhatian dari publiknya serta menjaga citra lembaga yang positif melalui media sosial instagram yang ditinjau menggunakan konsep 4 <i>step PR</i> sebagai pondasi awal dalam membuktikan penelitian yang dilakukan.	Penelitian ini sangat relevan dikarenakan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama mengkaji bagaimana mengelola media sosial <i>instagram</i> dalam menjaga citra positif.	Perbedaan dengan penelitian terletak pada objek yang diteliti berlokasi di PT. Dirgantara Indonesia serta teori yang digunakan adalah teori 4 <i>Step PR</i> .

## **F. Kerangka Konseptual**

### **F.1. Pengelolaan**

Menurut Pardosi & Nugroho (2019) pengelolaan adalah sebuah usaha atau pekerjaan yang tersusun secara sistematis dan dilakukan oleh sekelompok orang guna untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif. Secara etimologi pengelolaan merupakan arti kata dari manajemen, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris *to manage* yang berarti mengurus, mengatur, melaksanakan, mengelola, dan memperlakukan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, manajemen diartikan sebagai proses penggunaan sumberdaya secara efektif untuk mencapai sasaran.

### **F.2. Digital Public Relations**

Digital *Public Relations* merupakan kegiatan kehumasan secara online melalui internet. Masa kini setiap lembaga memiliki audiens yang mana audiens tersebut sudah banyak menggunakan perangkat lunak dari teknologi komunikasi, bahkan saat ini hampir tidak ada lembaga yang tidak memiliki *website* atau akun media sosial. Menurut Okki (2017) digital *public relations* merupakan sebuah rangkaian kegiatan kehumasan dalam mengelola media dengan menggunakan jaringan internet untuk memberikan informasi kepada publiknya. Seiring perkembangan teknologi komunikasi kegiatan Digital *Public Relations* ini adalah sebuah terobosan baru kehumasan dalam memberikan informasi kepada audiens. Secara praktis, humas online merupakan kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui

media internet atau media sosial sebagai bentuk pemanfaatan komunikasi teknologi dalam menyampaikan informasi kepada audiens.

### **F.3. Media Sosial**

Menurut Ardianto (2012:165) Media sosial merupakan perangkat lunak yang didalamnya terdapat fitur-fitur dan dapat diakses dengan menggunakan jaringan internet untuk memudahkan pemakainya mencari, membagi dan membuat informasi melalui konten di media sosial. Media sosial merupakan bagian media baru. Para pengguna Media sosial dengan mudah berpartisipasi dalam mengunggah, membagikan dan mendapatkan sebuah informasi, membuat sebuah forum virtual lainnya. Kemajuan teknologi komunikasi memberikan dampak yang sangat signifikan pada perilaku masyarakat. Seluruh lapisan masyarakat saat ini dituntut agar bisa mengikuti perkembangan zaman salah satunya dengan memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai sarana atau media untuk berkomunikasi antara lembaga dengan masyarakat.

### **F.4. Instagram**

Instagram merupakan jenis media sosial yang dapat diakses dengan mudah oleh siapapun. Fitur yang disediakan dalam instagram dapat memudahkan masyarakat awam untuk memanfaatkan instagram sebagai sumber informasinya. Atmoko (2012: 28) Menjelaskan terdapat beberapa fitur yang dapat membantu penggunaanya dalam mencari dan memberikan informasi diantaranya melalui fitur *homepage* (beranda), *comment* (komentar), *explore* (Jelajah), Profil, *news feed* (Postingan). Instagram juga

dapat diakses melalui berbagai *gadget* selain *smartphone* seperti komputer, laptop dan tablet. Berkembangnya fitur instagram menjadi lebih ramah dan peka terhadap konten-konten negatif sehingga penggunanya dapat memilih maupun membatasi informasi yang ingin diterima. Instagram sudah aktif kurang lebih 12 tahun hingga saat ini dan penggunanya banyak dari kalangan anak-anak hingga orang tua.

#### **F.5. Citra**

Citra merupakan aspek terpenting yang dimiliki setiap organisasi, lembaga ataupun perusahaan karena menyangkut dengan reputasi. Baik buruk citra tergantung pada bagaimana organisasi tersebut mengelola dan mengatasi permasalahan yang muncul sehingga akhirnya akan berdampak citra organisasi itu sendiri. Menurut Katz (dalam Soemirat dan Ardianto 2010:111-114) citra merupakan sebuah pandangan publik terhadap intepretasi sebuah organisasi, lembaga atau perusahaan dalam memberikan layanan prima yang dapat memuaskan kebutuhan dari publiknya.

#### **G. Langkah-langkah Penelitian**

##### **G.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian yang akan dilakukan. Lokasi penelitian menjadi tempat yang diharapkan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan sebuah informasi untuk menjadi bahan penelitian. Penelitian ini tentang pengelolaan digital *public relations* melalui instagram sebagai upaya menjaga citra positif Yayasan Karya Kakak Asuh Jatinangor



sehingga lokasi penelitian terletak di Jalan Margakencana 1 No.162 Buah Batu, Kota Bandung.

## **G.2. Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma konstruktivistik adalah paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini. Paradigma konstruktivistik ini merupakan paradigma kontratesis dari objektivitas dan pengamatan untuk menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan (Hidayat, 2003). Paradigma konstruktivistik memandang realitas sosial sebagai analisis yang sistematis terhadap para pelaku sosial yang bersangkutan sehingga analisis konstruktivisme terjadi secara alami pada realitas dalam hasil konstruksi yang dilakukan terhadap suatu peristiwa.

Berdasarkan paradigma konstruktivistik dan penelitian yang peneliti ambil, maka dalam pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif berkaitan dengan pengalaman individu dalam bermasyarakat yang biasa dilakukan sehari-hari yang mempelajari aktivitas dari sekumpulan orang-orang serta pengalaman sebelumnya yang tidak diketahui oleh peneliti. Oleh sebab itu, pendekatan kualitatif mengkaji dari perspektif masyarakat dengan menggunakan strategi yang interaktif dan komunikatif. Peneliti sebagai pengumpul data untuk bahan penelitian melakukan observasi dan mewawancarai lembaga terkait agar terkumpulnya data untuk diteliti.

### G.3. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif dalam penelitian. Metode deskriptif ini memiliki beberapa tahapan dalam penelitiannya yaitu observasi, wawancara mendalam dan angket mengenai situasi dan kondisi saat ini yang berbentuk penjabaran pada fakta yang ada sehingga bentuknya berupa laporan. Pada penelitian deskriptif peneliti ingin memusatkan pada perhatian masalah terbaru sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.

### H. Jenis Data dan Sumber Data

#### H.1. Jenis Data

Jenis data yang dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif deskriptif, yaitu data yang diuraikan dalam bentuk kalimat bukan data berupa angka. Data penelitian ini mengambil data dari hasil observasi, wawancara dengan informan. Sehingga data penelitian yang peneliti rumuskan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, yakni:

- 1) Data dari Yayasan Karya Kakak Asuh mengenai perencanaan konten digital *public relations* melalui instagram.
- 2) Data dari Yayasan Karya Kakak Asuh mengenai pengorganisasian sumber daya manusia membuat program digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh.
- 3) Data dari Yayasan Karya Kakak Asuh mengenai proses pelaksanaan digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh.

- 4) Data dari Yayasan Karya Kakak Asuh mengenai pengawasan digital *public relations* melalui instagram @kakakasuh.

## **H.2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini merupakan subjek yang berkaitan dengan pertanyaan untuk pengambilan data dan mengklasifikasi sumber data. Dalam penelitian ini peneliti lebih banyak mengambil data dengan mewawancarai informan. Penelitian ini menggunakan dua sumber data, sumber data primer dan sumber data sekunder yang digunakan, yaitu:

### **a. Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang diambil melalui observasi dan wawancara. Menurut Moleong (2017:157) menjelaskan bahwa data primer ini menjadi sumber data yang diperoleh secara langsung antara pengumpul dan pemberi data menggunakan alat atau media sebagai pendukung pengumpulan data primer seperti catatan, kamera untuk dokumentasi foto dan video. Data primer pada penelitian ini adalah dari internal Yayasan Karya Kakak Asuh yang bertugas dalam mengelola sosial media instagram @kakakasuh.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya atau bahan kajian pustaka dari sumber lainnya. Menurut Bungin (2013:129) menjelaskan bahwa data sekunder ini sebagai penunjang penelitian yang dilakukan dan dapat diperoleh dari buku, skripsi, thesis, jurnal atau arsip yang masih berkaitan dengan karya ilmiah ini.

## I. Informan atau Unit Analisis

Penelitian ini menggunakan subjek primer yang mana manusia adalah subjek dari penelitian dengan melihat berbagai aspek sesuai dengan yang dibutuhkan. Contohnya informan memiliki sejumlah informasi akan kegiatan yang dilaksanakan, informan turut memberikan kontribusi secara penuh terhadap pelaksanaannya. Informan pada penelitian ini adalah sumber daya manusia Yayasan Karya Kakak Asuh yang terlibat aktif dalam pengelolaan media sosial instagram Yayasan Karya Kakak Asuh.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan tiga orang informan, Informan dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *chain sampling* dimana pemilihan informan kedua ini berdasarkan rekomendasi dari informan pertama, informan selanjutnya di rekomendasikan juga oleh informan sebelumnya dan seterusnya. Teknik ini sangat cocok untuk wawancara sebuah penelitian.

Penelitian kualitatif tidak berfokus pada banyaknya sebuah sampel artinya disini walau informannya hanya sedikit masih bisa menggunakan teknik ini. Dan ada beberapa syaratnya yaitu informan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pengelolaan digital *public relations* melalui media sosial instagram sehingga hal ini bersifat luwes.

Informan yang ditentukan berdasarkan kriteria yang dibutuhkan, kriteria tersebut berdasarkan tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh informan. Kriteria informan terbagi menjadi dua bagian, yaitu informan kunci dan informan pendukung atau informan tambahan. Informan kunci

adalah narasumber yang memiliki sejumlah informasi terkait data penelitian yang dibutuhkan, adapun informannya adalah Yesa Diansari Amalia sebagai *Head of Creative and Communication Department* dan Aldo Setiadi sebagai *Head of Multimedia and Design Division* sedangkan informan pendukung atau informan tambahan adalah narasumber yang melengkapi informasi yang sudah diberikan oleh informan kunci, adapun informannya adalah Alfi sebagai Spesialis Media Sosial Instagram Yayasan Karya Kakak Asuh.

#### **J. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan pencatatan peristiwa-peristiwa yang terjadi atau keterangan yang menyangkut sebagian atau keseluruhan elemen pendukung penelitian. pengumpulan data juga secara sederhana juga dapat diartikan sebagai cara peneliti untuk mengumpulkan data yang ada pada objek penelitian yang ingin diteliti. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapapun pengumpulan data dalam penelitian ini, antara lain:

##### **a. Observasi**

Observasi digolongkan pada metode pengumpulan data yang bertujuan untuk memberikan simpulan pada peristiwa yang terjadi dan mengandalkan indra manusia. Dengan mengamati subjek penelitian beserta lingkungannya dan melakukan dokumentasi atas kegiatan yang dilakukan oleh peneliti.

Dalam mengobservasi suatu objek penelitian ini akan berguna untuk memberikan gambaran terkait objek di lapangan dan melihat fakta secara langsung. Peneliti menggunakan observasi secara langsung dalam pengumpulan datanya, sehingga memerlukan pencatatan secara sistematis.

Menggunakan metode observasi langsung dalam pengumpulan data dilakukan agar peneliti dapat memahami konteks data secara menyeluruh dan mendapatkan bukti sebagai pendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

#### **b. Wawancara**

Wawancara adalah salah satu tahapan penelitian dengan tanya jawab antara komunikator dengan komunikan atau peneliti dengan seorang informan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

Peneliti melakukan metode wawancara yang memungkinkan pertanyaan yang diajukan kepada informan berlangsung dengan santai serta arah pertanyaan yang lebih terbuka serta menyesuaikan dengan keadaan yang ada pada saat proses wawancara berlangsung dan tidak terpatok pada list pertanyaan yang sudah di rancang.

Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara dengan *Head of Department Creative and Communication, Head of Division Multimedia and Design* dan Spesialis Media Sosial Instagram Yayasan Karya Kakak Asuh.

#### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan pengumpulan data berupa catatan peristiwa yang dapat berbentuk tulisan, gambar, transkrip data, majalah, notulen, agenda atau pendukung lainnya yang dapat dilihat secara langsung dengan sumber data baik muka maupun melalui media elektronik.

Pengumpulan data melalui dokumentasi ini memberikan gambar dan sudut pandang subjek melalui media yang digunakan sehingga dapat dilihat secara nyata dan terlihat realitas objek penelitiannya.

#### **K. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan tahapan akhir dalam penelitian yang dilakukan dengan menggunakan data-data kualitatif. Teknik ini menguraikan data dalam beberapa unsur yaitu pola, kategori, satuan uraian serta menjelaskan bagaimana pola yang sudah diuraikan dalam hubungan antara dimensi-dimensi sehingga dapat dirumuskan dalam hipotesis kerja. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif memiliki beberapa elemen penting dalam penelitian yang dilakukan seperti pemikiran logis, analisis logika, induksi, deduksi dan komprasi.

Kegiatan analisis data terdiri dari tiga kegiatan, yaitu mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan.

##### **a. Mereduksi Data**

Reduksi data merupakan proses pemilihan data, menyederhanakan data dan memfilter data yang tidak sesuai dengan penelitian. Mereduksi data ini berarti menggolongkan dan membuang data yang tidak perlu

untuk penelitian. Tahap reduksi data ini dapat dikatakan data yang masih mentah yang peneliti peroleh dari objek penelitian Yayasan Karya Kakak Asuh.

Penyederhanaan dan mem*filter* ketika mereduksi data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan berbagai cara dengan menyeleksi data dengan ketat dan teliti serta meringkas data.

#### **b. Menyajikan Data**

Penyajian data merupakan sekumpulan data yang disusun secara sistematis dan mudah dipahami untuk melihat gambaran keseluruhan hasil penelitian sehingga menghasilkan kesimpulan. Tahap ini penelitian dilakukan dalam penyusunan data disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

#### **c. Penarikan Simpulan/Verifikasi**

Simpulan merupakan tahap akhir dalam sebuah penelitian, kesimpulan akan merangkum dan memberi penjelasan secara menyeluruh dari proses dan hasil penelitian yang dilakukan. Tahap terakhir ini adalah verifikasi ulang dari data yang sudah diperoleh oleh peneliti dari informan.