

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju saat ini telah mempermudah berbagai bidang dan pekerjaan manusia, seperti halnya pada bidang kehumasan yang kemudian memunculkan istilah *online public relations* atau dapat disebut *digital public relations*. *Online public relations* merupakan kegiatan humas dengan memanfaatkan media baru atau *new media*. Aktivitas *online public relations* dalam praktiknya menggunakan perangkat teknologi informasi dan komunikasi dalam penyebaran informasi, sehingga seorang humas dapat memberikan informasi kepada publiknya secara langsung tanpa bergantung kepada pihak lain.

Online public relations mempunyai peranan yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan kegiatan humas konvensional, karena melalui kegiatan *online public relations* seorang humas dapat membangun hubungan, menjangkau publiknya secara luas dengan lebih efisien.

Penyebaran informasi merupakan peran seorang humas dalam sebuah instansi. Seorang humas sebagai peran utama dalam melakukan kegiatan komunikasi antara instansi dengan publiknya selain itu humas juga bertugas untuk mengelola dan mengatur arus informasi publik. Masyarakat saat ini telah beralih menggunakan internet dalam memenuhi kebutuhan informasinya, sehingga praktisi humas saat ini harus bisa memilih media yang efektif dalam penyebaran informasi kepada publiknya. Seorang humas dapat memanfaatkan media online, seperti website dan media sosial untuk menjangkau publiknya secara cepat dan luas.

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang (KPPBC TMP Cikarang) merupakan instansi pemerintah yang berada dibawah naungan kementerian keuangan. KPPBC TMP Cikarang mempunyai tugas yaitu merumuskan dan melaksanakan kebijakan pada bidang pengawasan, pelayanan, penegakan hukum serta optimalisasi pada penerimaan negara yang berhubungan dengan kepabeanan dan cukai sesuai dengan peraturan perundang undangan.

Pengimplementasian kegiatan *online public relations* di KPPBC TMP Cikarang dilakukan dengan penyebaran informasi mengenai kepabeanan dan cukai kepada publiknya melalui media sosial. Media sosial KPPBC TMP Cikarang dikelola langsung oleh divisi humas, yaitu seksi penyuluhan dan layanan informasi (PLI). *Instagram* dan *youtube* KPPBC TMP Cikarang dapat dikatakan cukup aktif dalam pengelolaannya, terlihat dari konten dan informasi yang selalu aktual.

Pengelolaan media sosial merupakan aktivitas dimana didalam pelaksanaannya dilakukan pengelolaan mengenai konten atau informasi yang akan disajikan agar konten tersebut dapat tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan dari perencanaan yang telah dilakukan. Pengelolaan media sosial dalam sebuah instansi sangat diperlukan, karena melalui pegelolaan media sosial yang baik akan berdampak pada arus penyebaran informasi kepada publiknya.

Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh KPPBC TMP Cikarang dapat mempermudah publiknya untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi. Melalui pengelolaan media sosial ini, masyarakat dapat secara langsung mendapatkan sumber informasi yang valid dari instansi.

Berdasarkan data pra-penelitian yang dilakukan oleh penulis melalui media sosial instagram resmi KPPBC TMP Cikarang, @beacukai.cikarang dan media sosial *youtube* resmi KPPBC TMP Cikarang, Bea Cukai Cikarang, seksi PLI di KPPBC TMP Cikarang melakukan kegiatan pengelolaan media sosial dengan memposting mengenai informasi, kebijakan, edukasi dan konten yang berhubungan dengan kepabeanan dan cukai.

Melalui media sosial *Instagram*, seksi PLI di KPPBC TMP Cikarang aktif dalam memposting mengenai program dan kebijakannya, seperti pendaftaran IMEI, pemantauan transaksi pasar hasil tembakau, serta program dan kebijakan lainnya. KPPBC TMP Cikarang juga aktif dalam menjawab pertanyaan dan keluhan yang disampaikan oleh publiknya melalui *direct message*. Melalui media sosial *youtube*, seksi PLI cukup aktif dalam memposting vidio mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan dan juga vidio mengenai edukasi yang berhubungan dengan program dan kebijakan yang diselenggarakan.

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam melakukan pelayanan kepada publiknya tidak hanya secara tatap muka atau bertemu secara langsung di kantor, tetapi juga dengan memanfaatkan media online yang dapat memudahkan publiknya untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi, hal ini menunjukkan bahwa Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam menjalankan tugas dan fungsinya dapat mengikuti perkembangan zaman, yaitu dengan pemanfaatan media online sebagai sarana penyebaran informasi publik, karena seorang humas di dalam sebuah instansi dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju, agar

komunikasi dapat berjalan secara efektif karena dapat menyesuaikan dengan zaman. Melihat fenomena ini, penulis tertarik untuk meneliti pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh seksi penyuluhan dan layanan informasi di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk dari kegiatan *online public relations*.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka fokus penelitiannya adalah mengenai “Bagaimana pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Humas Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan *online public relations*?”. Untuk lebih terarah dalam proses penelitiannya, dapat diturunkan pada beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana *defining public relations problems* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi?
2. Bagaimana *planning and programming public relations* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi?
3. Bagaimana *taking action and communicating public relations* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi?

4. Bagaimana *evaluating the program public relations* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian yaitu :

1. Mengetahui *defining public relations problems* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi.
2. Mengetahui *planning and programming public relations* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi.
3. Mengetahui *taking action and communicating public relations* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi.
4. Mengetahui *evaluating the program public relations* pada pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat secara akademis dan praktis dengan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Kegunaan dari penelitian ini agar bisa menjadi rujukan dan referensi bagi akademisi yang sedang melakukan penelitian mengenai pengelolaan media sosial dan

bisa bermanfaat terhadap pembelajaran dalam bidang kajian ilmu komunikasi khususnya bidang hubungan masyarakat mengenai *online public relations*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dan referensi kepada humas Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dan juga kepada humas dalam instansi pemerintah lainnya agar semakin baik dalam mengelola media sosial sebagai media penyebaran informasi.

E. Penelitian yang Relevan

Langkah awal yang penulis lakukan dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati dan membandingkan penelitian terdahulu yang dianggap relevan untuk dapat menjadi bahan pelengkap dan rujukan yang dapat membantu proses penyusunan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang diteliti oleh M. Friliando Pratama (2020) yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau”, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut diketahui bahwa pengelolaan media sosial *instagram* oleh humas sebagai media informasi publik pada Pemprov Riau menggunakan teori 4C oleh Chris Heuer, yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Pada penelitian tersebut, penulis menjelaskan mengenai bagaimana pengelolaan media sosial *instagram* oleh Humas sebagai media informasi publik pada pemprov Riau. Sedangkan pada penelitian ini, penulis berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan *online public relations*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Irfandi (2021) yang berjudul “Pengelolaan Akun *Youtube* Sebagai Bentuk Kegiatan *Online Public Relations* (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Akun *Youtube* Kementerian Perindustrian RI)”, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Kementerian Perindustrian RI telah melakukan bentuk kegiatan *online public relations* melalui pengelolaan akun *youtube* Kementerian Perindustrian RI. Pada penelitian tersebut, penulis menjelaskan bagaimana humas Kementerian Perindustrian dalam mengelola akun *youtube* nya sebagai bagian dari kegiatan *Online Public Relations* melalui konsep *Fact Finding* dan Teori George Terry (*POAC*). Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan *online public relations*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Risky Nurul Shafa (2019) yang berjudul “Pengelolaan Konten Instagram Dalam Menjaga Citra Lembaga (Analisis Kualitatif pada Humas PT.Dirgantara Indonesia (Persero))”, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa humas Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dalam pengelolaan konten instagram guna menjaga citra lembaga menggunakan empat tahapan proses *public relations*, yaitu *fact finding*, *planning*, *actions*, dan *evaluations*. Pada penelitian tersebut, penulis menjelaskan bagaimana cara pengelolaan konten instagram dalam membangun citra perusahaan PT. Dirgantara Indonesia. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan *online public relations*.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Nanda Rizki Fadhilah (2018) yang berjudul “Strategi Pengelolaan *Instagram* Bea dan Cukai Kualanmu”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa humas Bea dan Cukai Kualanamu dalam mengelola akun *instagram* berpedoman pada tiga hal yaitu *creative*, *responsive* dan *interactive*. Pada penelitian tersebut, penulis menjelaskan bagaimana strategi humas Bea dan Cukai Kualanamu dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai aturan-aturan Bea dan Cukai Kualanamu. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan *online public relations*.

Kelima, penelitian yang dilakukan Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma’arif (2018) dalam jurnal berjudul “Pengelolaan Media Sosial *Instagram* Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa praktisi *public relations* PT. Bio Farma melakukan strategi *four step public relations* secara sistematis dan tersusun. Pada penelitian tersebut, penulis menjelaskan bagaimana proses pengelolaan media sosial *instagram* humas PT. Bio Farma. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan *online public relations*.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	M. Friliando Pratama	Pengelolaan Media Sosial <i>Instagram</i> oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau	Kualitatif	Penelitian ini penulis M. Friliando Pratama menjelaskan mengenai bagaimana pengelolaan media sosial <i>instagram</i> oleh Humas sebagai media informasi publik pada pemprov Riau. Sedangkan pada penelitian ini, penulis berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan <i>online public relations</i> .
2.	Muhammad Irfandi	Pengelolaan Akun <i>Youtube</i> Sebagai Bentuk Kegiatan <i>Online Public Relations</i> (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Akun <i>Youtube</i> Kementerian Perindustrian RI)	Kualitatif	Penelitian ini penulis Muhammad Irfandi menjelaskan bagaimana humas Kementerian Perindustrian dalam mengelola akun <i>youtube</i> nya sebagai bagian dari kegiatan <i>online public relations</i> melalui konsep <i>Fact Finding</i> dan Teori George Terry (<i>POAC</i>). Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan <i>online public relations</i> .
3.	Risky Nurul Shafa	Pengelolaan Konten <i>Instagram</i> Dalam Menjaga Citra Lembaga (Analisis Kualitatif pada	Kualitatif	Penelitian ini penulis Risky Nurul Shafa menjelaskan bagaimana humas Kementerian Perindustrian dalam mengelola akun <i>youtube</i> nya sebagai bagian dari

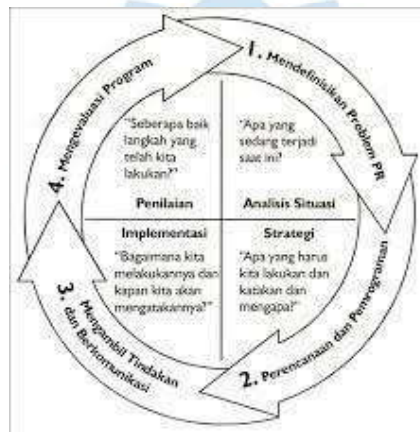
		Humas PT.Dirgantara Indonesia (Persero)		kegiatan <i>Online Public Relations</i> melalui konsep <i>Fact Finding</i> dan Teori George Terry (<i>POAC</i>). Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan <i>online public relations</i> .
4.	Nanda Rizki Fadhilah	Strategi Pengelolaan <i>Instagram</i> Bea dan Cukai Kualammu	Kualitatif	Penelitian ini penulis Nanda Rizki fadhilah menjelaskan bagaimana strategi humas Bea dan Cukai Kualammu dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai aturan-aturan Bea dan Cukai Kualammu menggunakan <i>Instagram</i> . Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan <i>online public relations</i> .
5.	Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma'arif	Pengelolaan Media Sosial <i>Instagram</i> Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat	Kuaitatif	Penelitian ini penulis Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma'arif, menjelaskan bagaimana proses pengelolaan media sosial <i>instagram</i> humas PT. Bio Farma. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti berfokus pada proses pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan <i>online public relations</i> .

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Landasan teori memiliki manfaat sebagai acuan dan pemandu dalam penelitian yang dilakukan. Peneliti menggunakan konsep *four steps PR* atau bisa disebut dengan empat langkah praktisi PR, Cutlip, Center dan Broom (2006: 320) menjelaskan bahwa terdapat empat langkah praktisi PR yang bisa digunakan untuk melaksanakan dan mengelola sebuah kegiatan, yaitu:

Gambar 1. 1 Four Step PR



(Sumber: buku *effective public relations*)

1) *Defining Public Relations Problems*

Pertama, pada tahap ini seorang humas menentukan "*what's happening now*", yaitu dengan melakukan pemantauan dan pencarian permasalahan, fakta, opini, serta sikap dari pihak-pihak yang terkait, dalam hal ini seorang humas harus mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai fakta yang terjadi di lapangan, sehingga nantinya dapat menyusun perencanaan yang maksimal.

2) *Planning and Programming*

Kedua, pada tahap ini seorang humas menjawab pertanyaan “*What should we do and why*”, yaitu dengan menentukan dan merencanakan tindakan yang akan dilakukan terhadap apa yang sudah ditemukan di lapangan, dalam hal ini humas harus dapat merencanakan tujuan dari program yang akan dilaksanakan. Perencanaan penting untuk dilakukan, karena melalui perencanaan ini humas dapat mengetahui langkah dan strategi yang akan digunakan untuk menyukseskan sebuah program agar dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

3) *Taking Action and Communicating*

Ketiga, selanjutnya seorang humas menentukan “*How and when do we do and say it*”, yaitu dengan melaksanakan, mengimplementasikan serta mengkomunikasikan program yang telah di rencanakan untuk dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan, dalam tahap ini humas dapat menjelaskan kapan, siapa, dimana, serta bagaimana caranya. Pelaksanaan harus sesuai dengan perencanaan yang sudah dilakukan sebelumnya.

4) *Evaluating The Program*

Keempat, setelah melalui tiga tahapan sebelumnya, seorang humas menentukan “*How did we do*”, yaitu dengan melakukan penilain dan evaluasi mengenai program yang sudah terlaksana untuk dapat melihat apa yang kurang dan harus di perbaiki dari program yang dilaksanakan agar dapat mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Pengevaluasian ini juga dapat

menjadi tolak ukur humas kedepannya dalam melanjutkan atau menghentikan program yang sudah dilaksanakan.

Penggunaan konsep *four step PR* didalam penelitian ini yaitu karena peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai proses pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang mulai dari proses mendefinisikan masalah, proses perencanaan dan pemrograman, proses pelaksanaan dan berkomunikasi dan proses evaluasi program yang dilakukan oleh seksi penyuluhan dan layanan informasi dalam penyebaran informasi sebagai bentuk dari kegiatan *online public relations*.

2. Kerangka Konseptual

a. Pengelolaan Media Sosial

Pengelolaan merupakan serangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Pengelolaan sendiri memiliki makna yang sama dengan manajemen. Sule dan Saefullah (2009: 6) menjelaskan bahwa manajemen adalah rangkaian prosedur yang dilakukan mulai dari perencanaan hingga pengevaluasian dengan pemanfaatan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan, dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa pengelolaan media sosial merupakan strategi perencanaan hingga pengevaluasian yang dilakukan sebagai bentuk dari kegiatan komunikasi dengan pemanfaatan media sosial yang bertujuan agar informasi yang diberikan kepada publik dapat tepat sasaran, sehingga publik dapat menerima informasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

b. Penyebaran Informasi

Informasi sudah menjadi kebutuhan masyarakat saat ini, Jogiyanto (2005: 8) menjelaskan bahwa informasi merupakan sekumpulan data-data yang dikumpulkan, diolah dan sebarluaskan. Agar informasi yang diterima dapat mudah dipahami, maka diperlukan kegiatan penyebaran informasi yang efektif. Sastropetro (1990: 21-22) menjelaskan bahwa penyebaran informasi adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyebarkan pesan, data dan fakta yang terjadi, sehingga pesan yang diterima bisa dipahami dengan baik dan menimbulkan satu pengertian yang sama.

c. Online Public Relations

Online public relations menurut Onggo (2004: 7) menjelaskan bahwa *online public relations* adalah sebuah aktivitas humas yang didalam pelaksanaannya menggunakan perangkat teknologi informasi dan komunikasi berupa internet sebagai media penyebaran informasi kepada publiknya secara cepat dan luas. Kegiatan *online public relations* dapat memudahkan seorang humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai penyedia informasi dan pelayanan publik.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini berlokasi di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang yang beralamat di Jalan Tekno Boulevard, Tanjungsari, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan:

- 1) Terdapat data yang diperlukan untuk melakukan penelitian

- 2) Terdapat kegiatan *online public relations* yang menjadi fokus utama penelitian ini
- 3) Lokasi penelitian yang mudah dijangkau oleh peneliti

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, Febry (2019: 53) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme memandang segala realitas sosial yang ada adalah hasil dari pemikiran yang dibentuk dan di kontruksi, realitas sosial ini mempunyai sifat yang berbeda-beda dan tidak bisa disamakan dari individu satu dengan individu lainnya. Peneliti menggunakan paradigma ini karena peneliti ingin memaknai dan memahami informasi yang didapatkan mengenai realitas sosial yang terjadi. Pegawai di seksi penyuluhan dan layanan informasi di KPPBC TMP Cikarang yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial memiliki realitas yang sama, tetapi memiliki perbedaan terhadap pengalamannya. Realitas yang dilakukan akan terasa sama, tetapi mempunyai sebuah kontruksi yang dirasakan di setiap individu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan dan menjelaskan mengenai fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan. Moleong (2007: 6) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi dan dialami oleh subjek atau informan penelitian secara mendalam dan menyeluruh. Pendekatan ini peneliti gunakan untuk menjelaskan dan menggambarkan hasil dari penelitian dilapangan, yaitu melalui proses wawancara

dan observasi yang kemudian dikumpulkan dan selanjutnya dianalisis untuk menjadi sebuah data.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan melihat dan mengetahui secara menyeluruh mengenai fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan. Punaji (2010: 15) menjelaskan metode penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis atau menjelaskan segala hal yang berkaitan dengan objek penelitian yang diteliti, seperti kondisi dan peristiwa yang terjadi.

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menganalisis dan menjelaskan secara sistematis dan terstruktur mengenai gejala, peristiwa, keadaan dan segala hal yang terjadi di lapangan, yang berkaitan dengan objek penelitian. Metode penelitian ini akan menganalisis mengenai proses pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh seksi penyuluhan dan layanan informasi di Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang dalam penyebaran informasi sebagai bentuk kegiatan *online public relations*.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang peneliti gunakan adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dikumpulkan dalam bentuk tulisan dan bukan berbentuk angka-angka. Data ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan peneliti dalam menggambarkan proses dari kegiatan pengelolaan media sosial dalam penyebaran informasi yang dilakukan oleh seksi PLI di KPPBC TMP Cikarang.

b. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data dapat diperoleh sehingga peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Sumber Data Primer

Hasan (2002: 82) menjelaskan bahwa sumber data primer merupakan sekumpulan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan, data-data tersebut dapat berupa hasil observasi, hasil wawancara dan data-data informan. Sumber data primer dari penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan media sosial KPPBC TMP Cikarang, yaitu pegawai dan kepala seksi penyuluhan dan layanan informasi.

2) Sumber Data Sekunder

Sugiyono (2016: 225) menjelaskan bahwa sumber data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung seperti melalui pihak lain, dokumen dan arsip, sumber data sekunder menjadi pelengkap dari sumber data primer. Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah buku, dokumen dan media sosial yang dimiliki oleh KPPBC TMP Cikarang.

H. Penentuan Informan

1. Informan Penelitian

Teknik penentuan informan yang dipilih peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2016: 85) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik dalam penentuan informan dimana peneliti mempunyai pertimbangan

tertentu dalam pemilihan informan, yaitu orang-orang yang dirasa paling tahu dan berhubungan dengan topik penelitian.

Pemilihan informan dalam penelitian ini adalah orang ikut serta dalam mengelola media sosial KPPBC TMP Cikarang yang dikelola oleh seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi. Narasumber penelitian ini terdiri dari staff humas KPPBC TMP Cikarang yaitu seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi yang diharapkan dapat memudahkan peneliti dalam mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

I. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data penelitian dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian. Widoyoko (2014: 46) menjelaskan bahwa observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat gejala yang muncul dari objek penelitian.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi non-partisipan, dikarenakan peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan pengelolaan media sosial pada objek penelitian, tetapi peneliti hanya melakukan pengamatan dan pemahaman dari proses pengelolaan yang dilakukan pada tempat penelitian.

Peneliti akan melakukan observasi terhadap lokasi penelitian yaitu Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang, observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat dan mengamati secara langsung proses pengelolaan media sosial yang dilakukan. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai *defining problem* dalam pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh seksi penyuluhan dan layanan informasi di Kantor Pengawasan

dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data penelitian dengan melakukan tanya jawab terhadap informan yang kemudian hasilnya dikumpulkan dengan cara di catat atau di rekam. Sugiyono (2016: 318) menjelaskan bahwa melalui kegiatan wawancara, peneliti dapat mengetahui berbagai hal yang lebih mendalam mengenai informan dalam menggambarkan fenomena yang terjadi.

Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dalam penelitian ini, dimana peneliti melakukan wawancara secara tatap muka secara langsung maupun secara online dengan informan atau narasumber untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait dengan penelitian. Informan yang diwawancarai adalah orang yang terlibat dalam pengelolaan media sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang, yaitu pegawai dan kepala seksi penyuluhan dan layanan informasi. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai *planning, actions and communications*, dan *evaluating* dalam pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh seksi penyuluhan dan layanan informasi di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang.

J. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015: 249), yaitu dengan melakukan tiga langkah dalam menganalisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Peneliti dalam penelitian ini mereduksi data dengan cara mengumpulkan dan merangkum data-data yang didapatkan dari sumber penelitian, yang selanjutnya dianalisis untuk kemudian dapat ditarik kesimpulan mengenai fokus penelitian. Peneliti melakukan reduksi data yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi.

2. Penyajian Data

Peneliti dalam menyajikan data dari informasi yang sudah dikumpulkan dengan cara terorganisasi dan tersusun, bisa dalam bentuk uraian, tabel dan bagan agar semakin mudah dipahami, lalu selanjutnya dapat dilakukan penarikan kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya adalah melakukan penarikan kesimpulan yang di ambil dari informasi dan data yang telah dipilih dan disusun. Penarikan kesimpulan ini yang akan menjawab pertanyaan dari penelitian.

K. Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1. 2 Rencana Penelitian

NO	Daftar Kegiatan	Desember 2022	Januari 2021	Februari 2022	Maret 2022	April 2022	Mei 2022
1.	Tahap Pertama: Observasi dan pengumpulan data						
	Pengumpulan data proposal penelitian						

	Penyusunan proposal penelitian						
	Bimbingan proposal Penelitian						
	Revisi proposal penelitian						
2.	Tahap Kedua : Usulan Penelitian						
	Sidang Usulan Penelitian						
	Penelitian						
	Revisi usulan penelitian						
3.	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi						
	Pelaksanaan penelitian						
	Analisis dan pengolahan data						

	Penulisan laporan						
	Bimbingan skripsi						
4.	Tahap Keempat : Sidang Skripsi						
	Bimbingan akhir skripsi						
	Sidang skripsi						
	Revisi skripsi						

