

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media Monitoring merupakan aktivitas yang dilakukan oleh humas dalam mengelola media massa bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai yang berkaitan dengan instansi atau perusahaan tentang *respons* masyarakat tentang pesan yang telah disampaikan, kegiatan ini tidak hanya sekedar menganalisa dan mengumpulkan data yang terjadi di media massa, dimana isinya berhubungan dengan berbagai kejadian, kebijakan yang dibuat maupun dampak yang terjadi atau harus diantisipasi.

Berdasarkan data pra penelitian melalui pra observasi, peneliti mendapatkan informasi salah satu kegiatan Humas, media monitoring adalah kegiatan meneliti, mengontrol dan juga merupakan cara evaluasi terhadap perkembangan melalui media yang berkaitan dengan organisasi. Kegiatan media monitoring juga untuk melengkapi analisis pengukuran reputasi, sehingga dapat diketahui apakah hasil tiap-tiap peliputan itu merupakan berita yang positif, negatif atau netral.

Aktivitas Media monitoring menghasilkan informasi termasuk informasi tentang posisi perusahaannya terhadap perusahaan kompetitornya, sehingga nantinya perusahaan dapat menentukan strategi bisnis, apakah masih harus mengejar ketertinggalan atau tinggal memperbaiki beberapa hal saja.

Berdasarkan data pra penelitian (Astiti, Ida Ayu Putri 2020) dalam Jurnal prosiding nasional riset teknologi terapan, Vol 1, No 1 Tahun 2020, dengan judul Praktik Aktivitas Media Monitoring Di PT. Bisnis Indonesia Konsultan (Bisnis Indonesia Intelligence Unit) memaparkan bahwa aktivitas monitoring dilakukan untuk mengetahui jumlah dan konten pemberitaan perusahaan yang telah dimuat oleh industri media lain, dimana dapat digunakan sebagai acuan evaluasi kinerja staff perusahaan dan mengetahui reputasi perusahaan yang dibentuk oleh media lain.

Monitoring yang dilakukan dengan mencari berita atau informasi mengenai perkembangan di media masa. Kegiatan ini dilaksanakan setiap hari gunanya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh berita yang telah di terbitkan di dalam koran atau media cetak, maupun media *online*.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai instansi pemerintahan dibawah naungan Badan Usaha Milik Negara berkewajiban untuk membuka informasi kepada masyarakat luas untuk pembangunan yang lebih baik bagi perusahaan kedepan. Akses informasi di lingkungan PT. KAI (Persero) berlangsung satu pintu melalui bidang humas yang berada di Kantor Pusat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terutama disituasi pandemi saat ini membutuhkan akses informasi serba digital apalagi transportasi umum yaitu kereta api yang sangat digandrungi oleh masyarakat.

Bersumber data pra penelitian yang dikutip dari halaman website resmi Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat melalui *press realese* melaporkan jumlah penumpang kereta api di Jawa dan Sumatera yang berangkat pada April 2021 sebanyak 14,9 juta orang. Berdasarkan hal tersebut kereta api menjadi salah satu

pilihan transportasi masyarakat yang banyak diminati, dalam masa pandemi PT. KAI (Persero) terus mencoba adaptasi dengan kebijakan pemerintah, Sebagai dari bentuk sikap Pemerintah dengan pandemi yang terjadi menetapkan aturan *social distancing*, *physical distancing*, PSBB (Pembatasan sosial secara besar-besaran), Tes Swab antigen Pemeriksaan Swab RT-PCR (*Reverse Transcription Polymerase Chain Reaction*), *Genose C-19* hal ini tentunya berdampak pada aktivitas masyarakat.

Pandemi wabah kasus Covid-19 ini telah menjadi bencana non alam di seluruh dunia. Semua sektor berusaha cepat tanggap dalam menghadapi wabah virus yang telah memakan banyak korban meninggal. Kebijakan pemerintah menjadi salah satu pilar dalam menghadapi pandemi yang terjadi. Untuk menaati segala peraturan yang dilakukan untuk kepentingan publik. Sebagai sektor transportasi dibawah naungan BUMN, PT. KAI (Persero) menganut kebijakan pemerintah untuk menaati segala peraturan yang dilakukan untuk kepentingan publik.

Bersumber data dari pra penelitian melalui website resmi kominfo menyebutkan bahwa ada sekitar 1.733 kasus hoax selama pandemi. Berdasarkan hal tersebut di tengah pandemi marak isu pemberitaan tidak benar, salah satunya terkait kebijakan pemerintah. Kereta api sebagai transportasi yang diminati oleh masyarakat tentunya informasi yang valid dan akurat sangat diharapkan oleh khalayak.

Pengelolaan media monitoring untuk memahami informasi yang diperlukan pada situasi pandemi Covid-19, percepatan penyajian berita mempengaruhi minimnya verifikasi data dan akurasi, pemberitaan yang tidak benar atau hoax masih tetap beriringan. Akibat dari penyebaran informasi yang tidak benar melalui media massa

saat ini menimbulkan keraguan ditengah masyarakat. Untuk itu humas melalui salah satu fungsinya dalam mengelola media monitoring memantau pemberitaan yang berkaitan dengan PT. KAI (Persero) agar informasi sampai kepada semua lapisan masyarakat.

Berdasarkan data pra penelitian (Subakat, Taqwa Gede. 2021) dalam Jurnal Sista, Vol 1. No.1 Tahun 2021, dengan judul Peran *Public Relations* dalam pengoptimalan penggunaan media digital di masa 4andemic memaparkan penggunaan media sosial banyak digunakan sebagai sarana utama interaksi yang baik untuk jaringan dan semua aktivitas dilakukan secara online yang menjadi tantangan bagi staf Humas memainkan peran yang sangat penting dan strategis dalam mengoptimalkan penggunaan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi, bukan hanya peran humas dalam memantau situasi lingkungan sekitar dan melakukan penilaian.

Menganalisi berita merupakan kegiatan rutin humas PT. KAI (Persero), secara keseluruhan prosesnya dimulai dari menganalisis berita seperti apa yang sedang trend di media online, *YouTube*, Televisi dan Cetak, pemberitaan yang menyangkut tentang PT. KAI (Persero) lalu kemudian menganalisis proses antisipasi terkait dengan berita yang tersebar di media, dan terakhir adalah membuat program eksekusi untuk menindaklanjuti berita tersebut. Situasi analisis terhadap *pandemic* saat ini penting dilakukan oleh seorang *public relations officer*, sebagai upaya yang akan dilakukan kedepannya terhadap kejadian yang terjadi, *planning and programing* untuk melakukan pengelolaan yang menjadi tantangan oleh seorang humas dimasa

pandemi, *taking action and communicating* sebagai implementasi dari hasil perencanaan yang dibuat, *evaluating the program* terhadap aksi yang telah dilakukan oleh humas PT. KAI (Persero) dalam melakukan media monitoring ditengah pandemi.

Media memberitakan suatu hal yang menciptakan opini publik , maka divisi humas akan melakukan analisis kehumasan, meminta rekomendasi, hasil rekomendasi, barulah terakhir membuat publikasi humas, baik komunikasi secara langsung maupun menggunakan media cetak, media online, dari proses humas PT. KAI (Persero) bisa kita tarik kesimpulan bahwa program humas di PT. KAI (Persero) salah satunya mengacu pada apa yang diberitakan oleh media, memonitoring media merupakan hal yang penting bagi humas PT. KAI (Persero) khususnya ditengah *pandemic* saat ini dimana bulan April-Desember terjadi transisi adaptasi baru.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Pengelolaan media monitoring PT. KAI (Persero) ditengah pandemi Covid-19 saat ini dimana segala sektor bersama-sama beradaptasi dan menjadi tantangan bagi seorang humas menghadapi situasi yang terjadi.

1.2 Fokus Penelitian

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka pertanyaan penelitian adalah :

1. Bagaimana gambaran *defining public relations problems* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT. KAI (Persero) ditengah pandemi?
2. Bagaimana gambaran *planning and programming Public Relations* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT. KAI (Persero) ditengah pandemi?
3. Bagaimana gambaran *taking action and communicating Public Relations* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT. KAI (Persero) ditengah pandemi?
4. Bagaimana gambaran *evaluating the program Pubic Relations* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT. KAI (Persero) ditengah pandemi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menggambarkan *defining public relations problems* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT. KAI (Persero) ditengah pandemi.

2. Untuk menggambarkan *planning and programing Public Relations* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT. KAI (Persero) ditengah pandemi.
3. Untuk menggambarkan *taking action and communicating Public Relations* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT.KAI (Persero) ditengah pandemi.
4. Untuk menggambarkan *evaluating the program Public Relations* Pengelolaan media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita yang dijalankan oleh PT.KAI (Persero) ditengah pandemi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti berguna secara praktis dan teoritis sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Secara Akademis

Secara Teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi penelitian ilmiah bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya *public relations* pada media monitoring bentuk informasi terkait gambaran mengenai media monitoring khususnya ditengah *pandemic* dengan metode kualitatif. Kajian ini diharapkan menjadi referensi dan masukan untuk digunakan lebih lanjut sebagai sumber studi serupa atau komparatif tentang pemantauan media untuk mengidentifikasi, merencanakan, dan bertindak atas kegiatan Humas.

1.4.2 Kegunaan Secara Praktis

Kegunaan Praktis Secara Praktis penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran jelas bagi praktisi dan akademisi dibidang ilmu kehumasan dalam Monitoring Media sehingga dapat dijadikan bahan rujukan untuk pembelajaran tentang media monitoring yang melibatkan identifikasi, perencanaan, aksi dan evaluasi media monitoring dalam upaya memantau perkembangan berita di tengah pandemi. Pemanfaatan menggunakan penelitian untuk instansi terkait khususnya PT. Kereta Api Indonesia (Persero), dapat menggunakan data yang diperoleh peneliti dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk menjadikan media monitoring lebih baik lagi kedepannya.

1.5 Penelitian Terdahulu

Pertama, Astiti, Ida Ayu Putri (2020) dalam Jurnal penelitiannya mengenai Praktik Aktivitas Media Monitoring Di Pt. Bisnis Indonesia Konsultan (Bisnis Indonesia Intelligence Unit). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bentuk kegiatan media monitoring PT Bisnis Indonesia Konsults terdiri dari pencarian berita dan analisis berita, termasuk tonality. Secara umum sudah memberikan penawaran dan pelayanan yang baik kepada klien. Perbedaan terdapat pada Objek dan program yang diteliti.

Kedua, Agesty Sabreyna RM, Moertijoso, R. Bambang (2015) dalam Jurnal penelitiannya mengenai Strategi *Media Relations* Humas Pt. Pelabuhan Indonesia III Dalam *Handling Crisis* Pemberitaan Media. Penelitian ini bersifat Deskriptif Analisis.

Kesimpulan/ hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media monitoring digunakan untuk mendukung peran, fungsi dan tugas humas. Perbedaan yang didapat terdapat pada objek yang akan dan program yang akan diteliti.

Ketiga, Habiba, Ainun Hasri (2020) dalam skripsi penelitiannya mengenai Peran Media Monitoring Dalam Penanganan Pemberitaan Limbah Pabrik Pada Bagian Informasi Dan Komunikasi Departemen Humas Pt Pusri Palembang Metode studi kasus dalam penelitian ini adalah deskriptif. Kesimpulan atau hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menumbuhkan citra perusahaan kepada masyarakat diperlukan penyampaian informasi yang berkaitan dengan segala kegiatan perusahaan sehingga dapat diliput oleh media massa baik itu media cetak maupun elektronik. Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang diteliti

Keempat, Antika, Roro Chrisnindy (2017) dalam skripsi penelitiannya mengenai Peran Media Monitoring Biro Komunikasi Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Dalam Pemberitaan Media Cetak Jalan Tol. Kesimpulan/ hasil dari Biro Komunikasi Publik dalam memahami bagaimana peran yang dilaksanakan dalam monitoring media yang ada di Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Biro komunikasi publik menjalankan tugasnya untuk kepentingan bersama. Menjalin hubungan dengan media merupakan faktor penting dalam menunjang keberhasilan informasi atau berita Perbedaan terdapat pada perusahaan dan program yang akan diteliti.

Kelima, Subakat, Taqwa Gede (2021) dalam Jurnal penelitiannya berjudul Peran *Public Relation* Dalam Pengoptimalan Penggunaan Media Digital di Masa Pandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan yang memperoleh data dari buku online dan buku dari perpustakaan untuk mengumpulkan data. Kesimpulan dari Peran *Public Relations* Dalam Optimalisasi penggunaan media digital di masa pandemic, humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam mengoptimalkan penggunaan media digita sebagai media komunikasi global dan mempromosikan produk perusahaan kepada konsumen melalui jejaring sosial.



Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode & Teori	Persamaan	Perbedaan
1.	Ida Ayu Putri Astiti	Praktik Aktivitas Media Monitoring Di Pt. Bisnis Indonesia Konsultan (Bisnis Indonesia Intelligence Unit)	Deskriptif Kualitatif, Analisis SWOT	Memakai Deskripsi Kualitatif dan membahas Tentang media monitoring	Pada objek dan lokasi penelitian, Paradigma yang digunakan berbeda.
2.	RM Agesty Sabreyna, Bambang Moertijoso, R.	Strategi Media Relations Humas Pt. Pelabuhan Indonesia III Dalam Handling Crisis Pemberitaan Media.	Deskriptif Analisis, teori hubungan masyarakat, krisis dan media hubungan media dalam krisis situasi.	Memakai teori hubungan masyarakat, dan membahas tentang media monitoring.	Pada objek dan lokasi penelitian, Paradigma yang digunakan berbeda.
3.	Ainun Hasri Habiba	Peran Media Monitoring Dalam Penanganan	Deskriptif kualitatif, Teori Hubungan Masyarakat	Memakai teori hubungan masyarakat,	Pada objek dan lokasi

		Pemberitaan Limbah Pabrik PT Pusri Palembang		dan membahas tentang media monitoring.	penelitian, Paradigma yang digunakan berbeda.
4.	Roro Chrisnindy Antika.	Peran Media Monitoring Biro Komunikasi Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat Dalam Pemberitaan Media Cetak Jalan Tol	Deskriptif Analisis	Membahas tentang media monitoring.	Pada objek dan lokasi penelitian, Paradigma yang digunakan berbeda.
5.	Gede Subakat Taqwa	Peran Public Relation Dalam Pengoptimalan Penggunaan Media Digital Di Masa Pandemi	Studi Kepustakaan	Membahas tentang peran Humas dalam pengoptimalan di masa pandemi	Pada objek dan lokasi penelitian, Paradigma yang digunakan berbeda.

1.6 Landasan Pemikiran

Landasan yang terdapat dalam penelitian ini ditujukan memberikan panduan, representasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pedoman, mewakili satu teori dengan lainnya dalam penelitian. Pengambilan teori menurut pertimbangan peneliti sangat relevan dengan konteks dan fokus penelitian tentang Pengelolaan Media Monitoring PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Persero di Tengah Pandemi konsep yang berkaitan dengan penelitian ini. kualitas berita menjadi lebih terpercaya dan kredibel.

1.6.1 Konsep 4 steps of PR

Humas adalah bagian dari proses ilmiah perubahan organisasi dan pemecahan masalah. Pengelolaan media monitoring yang dilakukan oleh humas menggunakan konsep dan bukti terbaik yang tersedia untuk menerapkan proses pemecahan masalah. Konsep Hubungan Masyarakat Empat Langkah adalah teori dari Cutlip, Center, dan Broom pada bukunya “*Effective Public Relations*” (2006). Humas adalah bagian dari proses ilmiah perubahan organisasi dan pemecahan masalah. Juru bicara jenis ini menggunakan teori dan bukti terbaik yang tersedia untuk menerapkan proses pemecahan masalah empat langkah.

1. *Defining Public Relations Problems* Mendefinisikan masalah (atau peluang).

Menganalisis situasi “*what happening now?*” apa yang terjadi pada saat ini, situasi pandemi Covid-19 menimbulkan dampak yang cukup serius, terutama bagi seorang humas dalam menjaga reputasi instansi terkait, keadaan seperti saat ini membuat

aktivitas dialihkan kepada digital menjadi tantangan bagi seorang humas terutama pelaksanaan media monitoring dalam upaya pemantauan berita di tengah pandemi.

2. *Planning & Programing* Pembuatan strategi “*what should we do and say and why?*” apa yang harus dilakukan oleh humas di situasi pandemi saat ini? Mengapa hal itu dilakukan? dan mengapa hal itu dilakukan? strategi tindakan yang direncanakan sebagai langkah membuat kebijakan oleh seorang *public relations officer* melakukan media monitoring dalam upaya pemantauan berita di tengah pandemi.
3. *Taking action and communicating*, pengimplementasikan strategi “Siapa yang harus melakukan? dan bagaimana menyampaikannya, kapan, di mana, dan bagaimana caranya?” tahap ini implementasi dari tahap sebelumnya yakni aksi dan komunikasi yang dikemas untuk mencapai tujuan yang spesifik
4. *Evaluating the program* langkah terakhir adalah Memberikan penilaian secara menyeluruh “Bagaimana hasil yang telah kita lakukan?” persiapan dan pengimplementasian dan evaluasi tentang bagaimana pengelolaan humas sebagai media monitoring dalam upaya pemantauan berita ditengah pandemi berhasil atau tidak.

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Public Relations

Public Relations adalah bagian penting dari suatu perusahaan yang sebagai perantara antara berkomunikasi antara perusahaan dan khalayak dan juga sebagai pihak yang dapat menjalin hubungan baik antara perusahaan kepada pihak *eksternal*, juga

antara pihak internal. Humas menurut Kusumasti dalam Yuswati (2017:3) merupakan aktivitas komunikasi dua arah dengan pijak terkait seperti publik, perusahaan atau organisasi dengan tujuan menciptakan opini publik, oleh sebab itu seorang *public relations* harus memiliki tugas, fungsi berperan untuk menjalin hubungan dan komunikasi yang baik terhadap khalayak.

Tujuan dari Humas sendiri merupakan komunikasi yang sudah direncanakan melalui itikad baik menggunakan media untuk mendapatkan penerimaan serta dukungan dari masyarakat dengan tujuan lembaga. Sedangkan menurut Muntahar (1985:5) mendefinisikan humas sebagai suatu kegiatan usaha yang terencana menyangkut itikad baik, saling mengerti, rasa simpati, untuk memperoleh penerimaan, pengakuan serta dukungan dari masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain atau media massa untuk mencapai manfaat dan kesepakatan bersama.

Humas merupakan komunikasi yang sudah direncanakan melalui itikad baik menggunakan media untuk mendapatkan penerimaan serta dukungan dari masyarakat dengan tujuan lembaga. *Public Relations* menurut Widjaja (2008:53) humas dengan ruang lingkup (scope) kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi.

1.7.2 Media Monitoring

Media Monitoring merupakan sebuah layanan pemantauan media digunakan untuk mengetahui apakah upaya yang dijalankan Humas optimal, diperlukannya

evaluasi mengenai program yang sudah dilakukan. Seorang Humas wajib untuk mengkaji ulang, merekap dan mengevaluasi berita mengenai organisasi yang muncul, hal tersebut dinamakan media monitoring. Pemantauan Media adalah alat yang bermanfaat untuk mengevaluasi upaya dan kemajuan perusahaan.

Media monitoring tidak terlepas dari proses membaca, menonton atau mendengarkan isi berita sumber media dan kemudian mengidentifikasi lalu menyimpan. Widjaja (2010:62) Guna pelaksanaannya, dalam media monitoring terdapat petugas khusus yang membuat kliping, serta membaca dan menganalisis tulisan dan pendapat dalam media massa, baik berbentuk artikel-artikel, pokok, surat pembaca, dan tajuk rencana.

Tujuan yang mendasar dalam aktivitas Media Monitoring adalah untuk terdeteksi (*to detect*) dan mengantisipasi/mencegah (*to deter*). Monitoring dilakukan secara terus menerus dan merencanakan atau mencatatnya secara terstruktur. Motif sebuah kegiatan monitoring didasari oleh keinginan untuk mencari hal-hal yang berkaitan dengan peristiwa atau kejadian baik menyangkut siapa, mengapa bisa terjadi, sumberdaya *public* yang berkaitan, kebijakan dan dampak apa yang terjadi atau harus diantisipasi serta hal-hal lain yang berkaitan.

1.8 Langkah-Langkah Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana penelitian akan dilakukan. Tempat yang dipilih diharapkan memberikan banyak informasi yang peneliti perlukan dalam penelitian. Penelitian ini mengenai monitoring media PT. Kereta Api

Indonesia (Persero) sehingga lokasi yang peneliti ambil bertempat di Bandung dan lokasi yang memberikan informasi untuk peneliti yakni Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Jl. Perintis Kemerdekaan No. 1 Bandung.

Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya Humas *Eksternal* yang memiliki wewenang dalam pengelolaan monitoring media. Lokasi ini dipilih karena merupakan birokrasi yang mengatur pengelolaan monitoring media pemberitaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

1.8.2 Paradigma

Peneliti menggunakan Paradigma Konstruktivisme. Pada paradigma ini memperhatikan pengetahuan, tidak hanya dilihat dari fakta yang diamati, tetapi juga berdasarkan hasil konstruksi subjek yang diteliti. Paradigma konstruktivisme juga berbicara bagaimana melihat fenomena yang tidak dapat dirasakan dan dinilai. Dari kenyataan yang diamati tetapi juga dari hasil konstruksi subjek. Model konstruktivis juga memberi tahu kita bagaimana melihat dan mengevaluasi fenomena yang tidak dapat kita pahami dan hargai.

Berdasarkan studi ini, model konstruktivisme ini dapat digunakan sebagai fakta universal yang dapat dialami dengan preferensi yang sama. Setiap praktisi humas PT. KAI (Persero) yang tergabung dalam organisasi yang sama memiliki praktik yang sama yaitu pengawasan pengelolaan media, namun setiap pegawai dapat yaitu mengelola media monitoring, namun masing-masing pegawai dapat merasakan perbedaan pengalamannya. Jadi realitas yang diciptakan akan terasa sama, tetapi memiliki struktur pada setiap orang mulai dari apa yang dia rasakan.

1.8.3 Pendekatan

Peneliti Menggunakan Pendekatan Kualitatif, dimana Pendekatan ini adalah penelitian yang menggunakan hasil analisis peneliti terhadap hasil data yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Pendekatan kualitatif menggambarkan bahwa hasil penelitian yang diperoleh peneliti melalui wawancara dan observasi akan dikumpulkan dan dianalisis oleh peneliti dalam bentuk data sederhana.

Metode adalah proses, prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban dengan pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Berdasarkan Ruseffendi (2010:74) menyebutkan bahwa metode deskriptif digunakan pada penelitian yang melibatkan kegiatan wawancara, observasi, atau angket mengenai kondisi saat ini, bentuknya penjabaran akan fakta yang ada dilapangan sehingga bentuknya akan berupa laporan yang dijabarkan dan bukan merupakan statistik.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif, artinya data dianalisis dan hasil data analisisnya bersifat deskriptif fenomena, berupa kata-kata atau gambar. Penelitian ini menggunakan tulisan yang bersifat deskriptif, dimana dalam konteks ini sifat penelitian menggambarkan dan menerapkan bagaimana pengelolaan media monitoring di Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

1.8.4 Jenis data dan Sumber data

a. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang diuraikan dalam bentuk kalimat atau deskriptif bukan data berupa angka. Data ini dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi, serta dokumentasi. Menurut Sugiyono (2015:115) Jenis data Kualitatif adalah data berbentuk kata, gambar, dan skema. Data yang diperlukan untuk penelitian ini diantaranya:

- 1) Data dari Humas PT. KAI (Persero) terkait gambaran *Defining Public Relations Problems* dalam mengelola media monitoring
- 2) Data dari Humas PT. KAI (Persero) terkait gambaran *planning & programming* dalam mengelola media monitoring
- 3) Data dari Humas PT. KAI (Persero) terkait gambaran *taking action and communicating* dalam mengelola media monitoring
- 4) Data dari Humas PT. KAI (Persero) terkait gambaran *evaluating the program* dalam mengelola media monitoring

b. Sumber Data

Sumber data yang dimaksudkan adalah subjek yang mana data yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhan peneliti dan menjalankan penelitiannya. Menurut Arikunto (2017:206) membagi sumber data menjadi tiga tahapan, yakni *person, place, paper*. Dalam penelitian ini, peneliti lebih banyak mengambil data pada unsur *person*, yakni orang yang daripadanya peneliti memperoleh

informasi/keterangan berupa jawaban pertanyaan secara lisan dan tulisan, baik pada wawancara maupun melalui angket. Penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder yang digunakan, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari pengumpul data kepada penyedia data dengan berbagai cara, yaitu secara tertulis atau dalam bentuk foto. Sumber data utama disarikan dari wawancara atau observasi dengan cara mendengar dan melihat. Umar (2003:103) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang peneliti peroleh secara langsung sebagai subjek tertulis di lapangan. Data primer dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data kedua yang diperoleh setelah data primer dalam penelitian ini berupa data pendukung dan dokumen yang saling mendukung, data sekunder diperoleh dari hal-hal lain yang berkaitan dengan tata kelola. Data yang dikumpulkan melalui jurnal atau tempat penyimpanan utama tetap relevan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh tidak benar. Sumber data sekunder diperoleh dari Hubungan Internal PT. KAI (Persero).

1.8.5 Teknik Penentuan Informan

Peneliti dalam penentuan informan untuk penelitian ini dilakukan dengan segala pertimbangan. Pertimbangan yang dilakukan menunjuk pada kriteria informan yang diperlukan, contohnya informan yang dianggap paling mengerti, informan yang terlibat langsung dalam pelaksanaannya. Syarat informan pada penelitian ini ialah Staff Humas PT. KAI (Persero) yang terlibat dan berhubungan dengan pelolaan media monitoring.

Kriteria informan penelitian data premier merupakan pegawai humas eksternal PT. KAI (Persero)

1. Informan kunci : *Manager Eksternal Relations, Assistant Manager media reporting, Pelaksana Media Reporting*. Kriteria yang dipilih terlibat dalam pelaksanaan media monitoring, Berpengetahuan sesuai fokus penelitian peneliti
2. Informan Tambahan : *Assistant Manager Media Relations, pelaksana media relations* yang merupakan Pegawai Humas Internal PT. KAI (Persero) yang merupakan pegawai yang komunikatif.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi :

1. Wawancara Mendalam

Dalam teknik pengumpulan data, wawancara merupakan salah satu teknik dari metode kualitatif. Fungsi wawancara adalah untuk mengecek kembali/mengkonfirmasi informasi yang diperoleh sebelumnya. Menurut

Sugiyono (2012:138), tujuan wawancara mendalam adalah untuk memperoleh data yang akurat dan rinci.

Teknik yang digunakan peneliti dalam wawancara adalah tetap pada wawancara semi terstruktur, dimana wawancara tetap dilakukan sesuai dengan pedoman yang diberikan tetapi sifatnya fleksibel, sebaliknya informan dalam wawancara semi terstruktur mungkin lebih terbuka dan mampu mengungkapkan pendapatnya. Wawancara dilakukan peneliti dengan pegawai *eksternal* Humas PT. KAI (Persero) atau yang berhubungan tentang pengelolaan media monitoring.

2. Observasi Non Partisipan

Teknik observasi non partisipan ialah survey peneliti ke tempat yang diteliti untuk mengamati situasi dan kondisi yang merupakan partisipasi pasif. Peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Menurut Sugiyono (2012:310) observasi non partisipan tidak ikut dalam kehidupan orang yang diobservasi dan secara terpisah berkedudukan selaku pengamat. Observasi dilakukan untuk teknik pengumpulan data yang memiliki ciri-ciri berkenaan dengan sikap/perilaku manusia, proses bekerja, gejala-gejala alam yang terjadi dan pengaruh responden yang diamati tidak terlalu besar.

Peneliti observasi lapangan sedang mengkaji, khususnya Humas PT. KAI (Persero), yang bertujuan untuk menggali berbagai cara dan mengamati

kondisi pengelolaan kendaraan pengawasan di tengah pandemi. Tujuan dari observasi dilakukan untuk melihat secara langsung proses pengelolaan media monitoring yang dilakukan oleh Humas PT. KAI.

3. Dokumentasi

Dokumentasi atau yang biasa disebut dengan kajian dokumen merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian dalam rangka memperoleh informasi terkait Objek penelitian. Margono (2003:181) memaparkan bahwa dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori dalil atau hukum-hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam studi dokumentasi, peneliti biasanya melakukan penelusuran data historis objek penelitian serta melihat sejauhmana proses yang berjalan telah terdokumentasikan dengan baik.

1.8.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yaitu suatu metode penelitian dengan tujuan yang kompleks dan luas yang bersifat subjektif dan komprehensif. Analisis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumen. Mengatur data ke dalam kategori, Sampai mana penting dan apa yang akan dipelajari dan sampai pada kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Menurut

Irma dan Rajib (2019: 58-59), dalam bukunya *Kualitatif Case Study*, Data dihasilkan ada beberapa tahap, yaitu:

- 1) Transkripsi data adalah suatu proses pada tahap awal teknik analisis data yang mengubah data yang telah direkam sebelumnya pada perekam, catatan lapangan, dan dokumen yang dihasilkan ke dalam bentuk naratif. Teks yang berisi catatan partisipan atau catatan observasi.
- 2) Mengidentifikasi kesatuan makna yang menjadi fokus pembicaraan dalam bentuk teks atau audio, kata, kalimat, atau paragraf yang relevan dengan kajian. Tidak semua pernyataan partisipan relevan dengan tujuan penelitian, dimana peneliti memilih kata, kalimat, atau paragraf yang memiliki arti yang sama dengan keseluruhan transkrip.
- 3) Meringkas dan mengorganisasikan data, tahap ini peneliti mengelompokkan data ke dalam unit-unit yang bermakna sesuai dengan topik pertanyaan yang diajukan, karena partisipan sering berpindah dari topik ini ke topik lain untuk mencari jawabannya, maka dilakukan pengelompokan ini. Hal ini akan membantu peneliti selanjutnya dalam menganalisis data.
- 4) Melakukan abstraksi data, langkah melakukan abstraksi data adalah melabeli data dengan mengelompokkan data tersebut dengan arti yang sama.

1.8.8 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan sebuah data dalam sebuah penelitian ditentukan dengan menggunakan kriteria kredibilitas. Menurut Sugiyono (2015: 92), teknik validitas

data merupakan sarana untuk menentukan reliabilitas data yang diperoleh peneliti dan bertanggung jawab atas keasliannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi keabsahan data dari sumber data. Menurut Moleong (2012:330), triangulasi sumber data adalah kegiatan mengecek ulang sumber informasi yang diperoleh dengan menggunakan waktu dan alat yang berbeda. Peneliti mengkategorikan sumber ini dengan mendeskripsikan, mengklasifikasikan pendapat atau informasi yang serupa di antara informan penelitian, dan memperoleh hasil yang lebih spesifik dari informasi yang diberikan oleh informan penelitian.



1.9 Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	BULAN									
		Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Apr 2022	Mei 2022	Juni 2022	
1.	Tahapan Pertama : Observasi Lapangan dan Pengumpulan data										
	Pengumpulan data proposal penelitian										
	Penyusunan Proposal Penelitian										
	Bimbingan Proposal Peneliti										
	Revisi Proposal Penelitian										
2.	Tahap Kedua : Usulan Penelitian										
	Sidang usulan 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										
	Siding skripsi										
	Revisi skripsi										