

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pengelolaan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian pada suatu organisasi. Sistematis manajemen telah menerapkan fungsi yang telah ditetapkan pada suatu organisasi, Lembaga atau perusahaan. Pengelolaan merupakan bentuk usaha kerja suatu perusahaan atau Lembaga untuk melaksanakan fungsi manajemen atau mengatur sumber-sumber yang telah dimuat agar dapat mencapai tujuan Lembaga. Salah satu pengelolaan pada era digital dengan dilakukannya pengelolaan media sosial.

Media sosial merupakan merupakan bentuk pengelompokan terpenting bagi organisasi, Lembaga dan perusahaan saat ini. Terlihat pada saat ini, media sosial memberikan efek komunikasi yang lebih cepat sehingga memudahkan untuk melakukan secara *online* dengan publik. Informasi yang dimuat oleh suatu Lembaga atau perusahaan yang bersangkutan dapat digunakan sebagai sarana mengasikkan citra positif bagi suatu Lembaga atau perusahaan.

Media sosial dapat memberikan manfaat yang lebih besar pada Lembaga, suatu lembaga dapat dikenal lebih luas. (Jurnal Common, Volume 3 No.1, Tahun 2019) menjelaskan bahwa media sosial dapat meningkatkan *brand* suatu Lembaga melalui media sosial promosi pemasaran dapat lebih luas dipasarkan. Sehingga hasil promosi juga meningkat media sosial pada saat ini bukanlah yang asing ditelinga masyarakat, saat ini perusahaan atau suatu Lembaga banyak menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak

salah satunya humas Rumah Sakit Pamengpeuk yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan komunikasi secara *online*. Praktisi *public relations* Rumah Sakit Pamengpeuk memanfaatkan media sosial bukan hanya untuk berkomunikasi saja melainkan, penyebaran informasi-informasi serta pesan Lembaga guna membangun citra positif.

Media sosial memberikan perubahan yang cukup besar di era saat ini, media sosial bukan hanya digunakan untuk kepentingna sendiri saja, perubahan yang semakin *modern* tidak terlepas dari yang namanya media sosial. Kehadirannya menggeser posisi para jurnalis. Media menjadi bahan kebutuhan untuk saat ini bagi masyarakat. Informasi yang ter *Update* dan tercepat sekarang bisa di dapatkan dari media sosial oleh masyarak tanpa harus menunggu dari informasi langsung dari orang lain. Jumlah pengguna media sosial semakin hari semakin banyak yang salah satunya Instagram. Media sosial instragran sendiri tidak hanya digunakan untuk kepentingan sendiri akan tetapi perusahaan atau organisasi sudah mulai bersain satu sam lain dalam membangun citra tiap Lembaga, sehingga penting bagi seorang *public relations* untuk mampu menguasai digital di era 3.0 saat ini. Kehadirannya tugas serta tujuan yang harapkan seorang *public relations* akan semakin mudah untuk dikenal lebih luas.

Media sosial sangat di perlukan pada dunia berbisnis oleh karena itu, setiap Lembaga mempunyai media sosial untuk terus *update* tentang perkembangan baru. Terlihat Rumah Sakir Pameungpeuk Garut @rsudpameungpeukgarut yang memiliki media sosial Instagram Praktisi *pubic relations* Rumah Sakit Pamengpeuk Garut memanfaatkan media sosial sebagai upaya untuk membangun citra serta

menyebarkan informasi atau kegiatan aktivitas yang ada di Rumah Sakit Pamungpeuk dengan memanfaatkan media sosial Instagram, sehingga mempermudah masyarakat untuk lebih bisa mengakses terutama dalam hal Kesehatan.

Perkembangan suatu lembaga yang baik di mata masyarakat, tergantung bagaimana proses pengelolaan serta tujuan yang di bangun di setiap lembaga. Terlihat saat ini baik organisasi atau perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan citra yang positif dimata masyarakat salah satunya melalui mediasosial. Sehingga berbondong-bondong dalam pengelolaan media yang lebih kreatif baik itu terkait bisnis, pendidikan, sosial atau pun kesehatan. Dengan adanya media sosial informasi yang di perlukan masyarkat dapat di akses dengan mudah

GAMBAR 1 .1



**Sumber :** Instagram @rsudpamenpeuk, diakses pada 28 Desember 21)

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari Instagram Rumah Sakit

Pameungpeuk Garut. Dapat dilihat pada gambar diatas pengikut yang dimiliki oleh Rumah Sakit Pemgeupuk Garut sekitar 1.122 ribu pengikut. Meskipun akun media sosial Instagram yang dimiliki Rumah Sakit Pameupeuk Garut masih terbilang baru akan tetapi media sosial yang dimilikinya terbilang aktif terlihat dari postingan yang memiliki 135 postingan dengan banyak video yang di unggah pada *feeds* pada Instagram. Terlihat pada postingan pertama yang di unggah pada tanggal 13 januari 2020. Mempostingkan tentang kegiatan tentang kesehatan. Rumah Sakit Pameungpeuk Garut juga sering membuat konten mengenai hari-hari besar Nasional, dan *open recruitment* karyawan baru. Postingan Foto pada Instagram Rumah Sakit Pameungpeuk Garut memiliki konten video tentang Kesehatan. Menyampaikan sebuah informasi melalui media sosial Instagram merupakan Langkah proses terbentuknya citra yang dimiliki oleh Rumah Sakit Pamegpeuk Garut. Informasi yang diberikan merupakan bagian yang dibutuhkan oleh masyarakat terkhusus informasi Kesehatan.

Data praobservasi yang dilakukan peneliti terdapat tiga media sosial yang dimanfaatkan Humas Rumah sakit Pamengpeuk dalam melaksanakan pengelolaan informasi dan komunikasi. Media sosial tersebut ialah Instagram @rsudpamengpeuk, facebook (RSUD Pamengpeuk Garut), dan You Tube (RSUDPamengpeukGarut). Ketiga media sosial tersebut selalu aktif dalam mengunggah informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, akan tetapi media sosial, yang lebih banyak di akses atau di pakai untuk menyebarkan informasi lebih banyak yaitu pada media sosial instagram dimana media sosial Instagram yang dimiliki Rumah Sakit Pamengpeuk lebih banyak di akses oleh masyarakat terlihat pada

postingan yang diberikan oleh humas Rumah Sakit Pamengpeuk dimana memiliki banyak informasi yang beragam baik mengenai Kesehatan atau kegiatan yang dilakukan di Rumah Sakit Pamengpeuk. Konten-konten yang di unggah pada Instagram rsudpamengpeuk dimana tidak hanya mengenai foto akan tetapi berbentuk videografi, humas Rumah Sakit Pamengpeuk kemudian dibagikan melalui Multi Media Humas dan juga konten yang dibuat oleh Humas Rumah sakit Pamengpeuk. Konten yang dibuat oleh seksi Humas Rumah Sakit Pamengpeuk berupa Kesehatan, kegiatan, perlombaan, sosialisasi, vaksinasi dan donor darah dimana banyak melibatkan masyarakat. Terciptanya hubungan baik serta citra yang baik di mata masyarakat, perlunya seorang praktisi *public relations* yang mampu mengelola persoalan serta *trent* yang baru di masyarakat. Meskipun sudah memiliki media sosial akan tetapi apabila, dalam hal pengelolaan tidak sesuai dengan tujuan Lembaga. Maka, informasi yang di berikan kepada khalayak tidak akan menimbulkan *feadbeak* pada Lembaga tersebut.

Data pra penelitian tersebut menunjukkan bahwa seksi hubungan masyarakat Humas Rumah Sakit Pameungpeuk Garut telah mengelolan pengelolaan media sosial Instagram dengan baik, sehingga pada kesempatan viralisasi meraih target audiens begitu banyak dalam penyebaran informasi kepada publik secara cepat dan tanggap. Media yang dibuat oleh humas Rumah Sakit Pamengpeuk sangat berperan besar dalam melakukan komunikasi dengan publik serta dapat meningkatkan pelayanan informasi kepada publik dengan efektif keterbukaan informasi kepada publik. Layanan keterbukaan informasi yang dilakukan seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk dengan memanfaatkan media internet ialah melalui Instagram yang

digunakan untuk sarana publisitas serta menampung aspirasi publik.

Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh humas Rumah Sakit Pamengpeuk memiliki peranan yang penting serta interaktif guna menjaga dan memantau opini publik terhadap pemberitaan porli di berbagai media sosial. Selain itu juga digunakan untuk mencegah informasi yang *hoax* yang tersebar di media maya. Segala pemantauan dan pengawasan melalui media internet ini seiring dengan perkembangan teknologi yang mayoritas masyarakat saat ini tidak luput dari yang namanya internet dan *gadget*. Fungsi Pengelolaan media sosial di ranah Rumah Sakit umumnya dan khususnya seksi hubungan masyarakat Rumah Sakit Pamengpeuk digunakan dan untuk menekan isu negatif dan memaksimalkan publisitas berita atau isu positif yang memberikan informasi kepada publik dan berangkat dari hal tersebut agar meningkatkan tingkat kepercayaan publik atau masyarakat kepada Rumah Sakit Pamengpeuk. Adanya pengelolaan media sosial yang di terapkan pada Rumah Sakit Pamengpeuk memberikan kemudahan akses informasi yang berkaitan dengan segala pelayanan mengenai Kesehatan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh seksi humas Rumah Sakit Pamengpeuk melalui media sosial yang dimiliki sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi. Peneliti melihat bahwa pengelolaan media sosial yang dilakukan dalam setiap giat-giat Rumah Sakit Pamengpeuk telah berhasil dalam membngun komunikasi dan penyebaran informasi Rumah Sakit Pamengpeuk kepada publik.

## B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka fokus penelitian ini adalah Pengelolaan media sosial Instagram sebagai upaya membangun informasi Rumah Sakit Pemgepeuk fokus penelitian yang digunakan dalam pertanyaan berikut:

1. Bagaimana tahap *share* (membagikan) konten pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpemeungpeukgarut sebagai upaya untuk membangun informasi Rumah Sakit Pamengpeuk?
2. Bagaimana tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpamengpeukgarut sebagai upaya untuk membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk?
3. Bagaimana tahap *manage* (mengelola) informasi pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut sebagai upaya untuk membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk?
4. Bagaimana tahap *engage* (mengikutsertakan) publik pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut sebagai upaya untuk membangun citra Rumah Sakit Pamengpeuk?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian sebagaimana telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui tahap *share* (pembagian) konten pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpamengpeukgarut sebagai upaya untuk membangun citra Rumahsakit Pameungpeuk.

2. Mengetahui tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut sebagai upaya untuk membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk
3. Mengetahui tahap *manage* (mengelola) informasi pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut sebagai upaya untuk membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk.
4. Mengetahui tahap *Engage* (mengikutsertakan) publik pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut sebagai upaya untuk membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk.

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

##### **1. Secara Akademis**

Penelitian yang digunakan menggambarkan kepada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat penelitian ini bersifat teoritis yang mana penelitian ini berkaitan dengan teori *The Circular Model Of Some For Social Communications* merupakan konsep pada akun media sosial bagi instansi yang berada pada lingkup instansi yang mana membantu dalam pengelolaan media sosial sehingga dapat menjadi perhatian bagi khalayak.

Penelitian ini menjadi harapan untuk terus belajar dan bisa membantu serta bermanfaat bagi kita semua. Khususnya untuk Rumah Sakit Pameungpeuk Garut dalam pengelolaan media sosial Instagram dengan penerapan teori *The Circular Model of Some For Social Communication*. Melalui akun media sosial @rsuppameungpeukgarut kegiatan serta informasi yang diberikan semakin aktif.

Serta sebagai wadah komunikasi serta interaksi dengan public internal ataupun eksternal.

## 2. Secara Praktisi

Pada Penelitian Kegunaan praktis, penelitian ini, mampu memberikan panduan serta pemahaman mengenai pengelolaan media sosial Instagram yang di Kelola Rumah Sakit Pameungpeuk Garut. Media sosial yang menjadi wadah komunikasi serta interaksi bertujuan membangun informasi yang mampu membantu publik. Serta menjadi panduan pada konten, pesan serta mampu mengikut sertakan publik.

## E. Landasan Pemikiran

### 1. Hasil Penelitian Terdahlu

Penelitian yang dikuatkan oleh teori juga dikuatkan dengan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan atau referensi dalam melakukan penelitian yang dimaksudkan supaya penelitian semakin kuat serta hasil dari penelitian terdahulu sebagai bentuk perbandingan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya.

**Pertama**, jurnal dengan judul Komunikasi Nusantara Vol. 2 No.1 2020 “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat perbelanjaan” Milik Siti Muslchatul Mahmudah, Muthia Rahayu. Fakultas ilmu komunikasi, Universitas Mercu Buana. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam pengertian bahwa media sosial membantu dalam mempromosikan baik itu korporat ataupun perusahaan. Media sosial merupakan aspek terpenting untuk berinteraksi melalui media sosial secara *online* untuk mendapatkan *exposure* pada informasi yang dibuat.

**Kedua**, penelitian dalam bentuk skripsi oleh Susanti Mitha Anwar tahun 2021 dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Pengelolaan Cyber Publik Relations dalam meningkatkan Reputasi Pimpinan (analisis deskriptif pada Media Sosial Instagram, Facebook dan You Tube Prorokol Pimpinan Sekretaris Daerah Kabupaten Subang)” dengan menggunakan konsep teori the Circullar Mpdel Of Some dengan tahapan pengelolaan *Cyber Public Relations* pada lembaga. Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. data yang dihasilkan berdasarkan dari wawancara informan atau menjelaskan bagaimana proses serta tahap *Share, Optimeze, Manage* dan *Engage* yang ada di Prokompim Setda Subang dengan pengelolaan Media Sosial Instagram, Facebook, dan You Tube agar tidak terjadi kesalahan dalam menyampaikan informasi kepada *public*.

**Ketiga**, penelitian dalam bentuk skripsi oleh Rizky Nurul Syafa pada tahun 2019 dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Pengelolan Konten Instagram Dalam Menjaga Citra Lembaga Analisis Kualitatif pada Humas PT. Dirgantara Indonesia dengan menggunakan konsep *Four steppublic relations* dari Ciutlip dan Center. Penelitian ini menjelaskan mengenai konten Instagram serta untuk menjaga citra perusahaannya seta beagaiman mengelola media sosialnya agar diminati oleh *public* dengan melalui media sosial Instagram.

**Keempat**, penelitian dalam bentuk jurnal oleh Bunga Fitriainingsih, dan Abdul Kholik dari Universitas Negeri Jakarta. Dalam jurnal *Aguna Ilmu Komunikasi* Volume 2, Nomor 2, Juli 2021 yang berjudul “Proses Humas Diskomimfo Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram”. Penelitian

ini menjelaskan media sosial Instagram memberikan kebebasan kepada organisasi, lembaga dan perusahaan untuk dapat membangun citra dengan *public* melalui media sosial dengan memudahkan suatu instansi memiliki citra yang baik.

**Kelima**, penelitian dalam bentuk jurnal oleh Gian Tiara Universitas Budi Luhur jurnal Akrab Juara Volume 6 Nomor 3 edisi Agustus 2021 yang berjudul Dramaturgi “Dramaturgi Pengelolaan Kesan Konten Kreatordi Media Sosial Instagram”. Dengan menggunakan teori Dramaturgi yang dipopulerkan oleh Goffirman (1959) dengan menggunakan metode deskriptif pada penelitian ini menjelaskan mengenai kesan yang disciptakan oleh konten creator melalui informl dengan seorang creator yang mampu menarik *audiens* lembaga denganmembangun citra yang lebih baik.

**Keenam**, penelitian dalam bentuk jurnal oleh Izzatul Chumairoh dan sandy Permata dari Universitas Mercu Buana Jakarta volumeXXVI No.2 Agustus 2021 dengan judul Penggunaan Media Sosial Instagram Scholars\_IG Sebagai Media Promosi Digital Program Beasiwa” penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme, pada penelitian yang digunakan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Dengan penggunaan media sosial Instagram menjadikan wadah bertukar informasi sehingga memunculkan citra yang baik untuk Lembaga.

**TABEL 1. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Teori dan Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Puspitasari, Setiani, Achmed Jurnal (2019) Universitas Garut	Pengelolaan Instagram @Humas Sumedang Sebagai Media Komunikasidan Media Informasi Oleh Humas Sekretarat Daerah Sumedang	Teori Social Media Deskriptif	Memiliki kesamaan dalam tujuan pengelolaan media sosial Instagram	Perbedaan terlihat pada tujuan penelitian yang mana pada jurnal tersebut pengelolaan media sosil dalam komunikasi.
2.	Susanti Mitha Anwar Skipsi (2021)	Pengelolaan Cyber Publik Relations dalam meningkatkan repitasi pimpinan (Analisis	Teori Sosial Media	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam kosep	Peniliti ini memiliki perbedaan dalam tujuannya untuk membangun pimpinan, target penelitian berbeda yaitu membangun citra lembaga

	Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	deskriptif pada media sosial Instagram, Facebook dan YouTube pada protokol pimpinan sekretaris Daerah Kabupaten Subang)	Metode : Deskriptif	meningkatkan citra lembaga melalui media sosial Instagram	
3.	Rizky Nurul Syafa Skripsi (2019) Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	Pengelolaan Konten Instagram Dalam Menjaga Citra Lembaga (Analisis Kualitatif Pada Humas PT. Dirgantara Indonesia)	Teory : Sosial Media Metode Deskriptif	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam konseptori yang digunakan dalam Penelitian	Perbedaan dalam tujuannya mengelola konten instgram, target penelitian berbeda membangun citra lembaga lewat media sosial Instagram

<p>4. Bunga Fitrianingsih Jurnal (2021) Universitas Negeri Jakarta</p>	<p>Proses Humas Diskomimfo Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Instagram</p>	<p>Teory : Public Relations Metode : Deskriptif</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan dalam pengelolaan media sosial Instagram</p>	<p>Penelitian ini memiliki perbedaan yang dilakukan melalui proses tahap <i>Public Relations</i>,</p>
<p>5. Gian Tiara Jurnal (2021) Universitas Budi Luhur</p>	<p>Dramaturgi      Pengelolaan Kesan Konten Kreator di Media Sosial Instagram</p>	<p>Teory : Drama Turgi Metode : Deskriptif</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan dalam pengelolaan media sosial Instagram</p>	<p>Penelitian ini memiliki perbedaan yang dilakukan melauai tahap konten creator pada drama. Serta dsalam tujuan penelitian yaitu pengelolaan media sosal dalam membangun citra perusahaan melalui Instagram</p>

6.	Izzatul Chumairoh dan Sandy Permata, Jurnal (2021) Universitas Mercu Buana Jakarta	Pengunaan Media Sosial Instagram Scholars_Ig Sebagai Media Promosi Digital Program Beasiswa	Teory : Digital Promosi Media Metode: Deskriptif	Penelitian ini memiliki kesamaan tujuan konsep penelitian padamedia sosial Instagram	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam tujuan yang dilakukan yaitu melalui drama konten creator, sedangkan target peneliti bertuan kepada citra lembaga
----	--	---	--	--	--



## 2. Landasan Teori

Teori adalah konsep awal dalam penelitian yang dibutuhkan dalam sebuah analisis mengidentifikasi suatu masalah yang ada, yang memiliki suatu konsep serta gagasan dan model yang telah disusun secara sistematis yang manadata-data telah diimplementasikan untuk di analisis. Teori pada sosialisasi Instagram dalam membangun citra lembaga khususnya pada Rumah Sakit Pamengpeuk yang menetapkan konsep.

Konsep yang dimaksud untuk memberikan referensi pada penelitian sehingga penelitian akan menjadi relevan pada penelitian yang bertujuan untuk membangun citra lembaga dengan judul pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut sebagai upaya membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk dengan penggunaan teori dari Regina Lettre pada buku media sosial *How to Engage, Share, and Connect* tahun 2015. Terdapat empat aspek yang memiliki kekuatan dari bagian masing-masing model tersebut. Hal ini, memberikan kemudahan bagi lembaga ketika sebuah perusahaan/lembaga berbagai (*Share*) serta dapat mengelola (*Manage*) atau terlibat (*Engage*) serta mengoptimalkan (*Optimize*) pesan secara bersamaan.

Teori ini di pandang tepat karena teori ini memiliki peesamaan dengan tujuan penelitian yang di harapkan peneliti dari mulai pengelolaan, pengaplikasian serta evaluasi. Tahap-tahap yang di harapkan mampu searah dengan teori *Them Circular Model Of Some For Social Communication*. Berikutpenjelasan model teori Sosial Instagram dariRegina Luttrell dalam buku SosialMedia (Regina,2015):

GAMBAR 1. 2



*The Circular Model of SoMe Social Communication*

(Social Media Regina: 2015)

### 1. *Share* (Mebagikan)

Tahap *share* nantinya dapat memperluas jaringan informasi Lembaga sehingga informasi yang kita sampaikan mampu menampung *audieun* yang luas sehingga membangun kepercayaan publik pada Lembaga. Luttrell (2019) menyatakan bahwa ada tiga aspek penting dalam pembagian pesan di media yaitu: *participate* (partisipasi), *Connect* (menghubungkan) dan *build trust* (menghubungkan kepercayaan). Pada tahap ini memiliki acuan, diantaranya dimana target audiens bisa terlibat. Pada tahap *Share*, praktisi *Public Relations* mesti mampu menemukan sasaran *audiens* terlebih dahulu karena disinilah aspek *participate* mulai bisa dipenuhi. Sehingga *audien* juga melihat sejalan dengan Lembaga yang diberikan *audieuns*. Pentingnya, mendapatkan *audiens* yang tepat untuk kepentingan lembaga.

Aspek *connect* merupakan yang penting dimana praktisi humas sendiri dapat

membangun suatu informasi yang lebih luas dengan pengemasan yang lebih menarik. Sehingga publik lebih tertarik jika suatu pengemasan dibuat dengan menarik dan ringan. Pada aspek *build trust* atau menciptakan kepercayaan tidaklah gampang untuk diraih sehingga seorang praktisi *public relations* harus mampu mengelola informasi yang valid dan dapat bertanggungjawab. Hal ini, dilakukan agar pesan yang disampaikan mudah untuk dipahami. Kepercayaan bisa terbangun dengan sendirinya apabila pengelolaan yang kita lakukan sesuai dengan model yang kita harapkan

## 2. *Optimize* (Mengoptimalkan)

*Optimize* yaitu mengoptimalkan pesan yang telah di *share* kepada publik. Sehingga penting bagi seorang praktisi *public relations* untuk mengoptimalkan suatu informasi. Luttel (1019), menyatakan pada bukunya: *To optimize its message, an organization must listen to what is being said and learn from the conversations being shared. Stakeholders will talk about your brand with or without you. However, the conversations that they have will be much richer if you as a practitioner, are part of them.*

Informasi yang valid dapat menghasilkan citra yang baik bagi Lembaga. Dalam mengoptimalkan pesan tidak semua pesan yang dibagikan kepada publik bisa diterima dengan *positif* yang mana publik bisa saja membicarakan permasalahan yang ada di lembaga. *Optimize* juga memiliki dua aspek yang bisa mengoptimalkan suatu informasi menjadi lebih efektif untuk sampai kepada publik yakni *listen and learn* dan *take part in authentic conversations*. *Listen and learn* adalah mendengarkan dan mempelajari apa yang menjadi perbincangan di mata publik. Sehingga seorang

*public relations* perlu mendengarkan dan melihat situasi yang sedang hangat-hangatnya diperbincangkan oleh publik.

### **3. Manage (Mengelola)**

*Manage* merupakan tahap ke tiga dari model teori media social *the Circular Model of some For Social Communications* pada tahap *manage* memiliki tiga aspek penting di dalamnya diantaranya *monitoring*, *quick response*, dan *real-time interactions*. Pada *monitoring* seorang *public relations* harus mampu memantau aktivitas yang media sosial serta apa yang sedang terjadi di media sosial. *Quick response* dan *real-time interactions* memiliki keterikatan yang sangat kuat. *Public relations* mampu menanggapi permasalahan yang terjadi dengan cepat merespon dan bijak. Lalu lakukan *real time* untuk mencegah perbincangan publik yang *negative*. Adayanya, ketiga aspek tersebut media social yang di Kelola mampu memberikan penilaian atau jangkauan Lembaga itu sendiri. Selain itu, membantu humas dalam menangani isu-isu yang beredar dimata publik.

### **4. Engage (Melibatkan)**

*Engage* pada tahap ini seorang *public relations* mesti biasa membawa publik dalam strategi komunikasi. Publik perlu memberikan dampak yang lebih besar kepada suatu Lembaga. Peran media social pada tahap ini diperlukan juga untuk mengirik informasi yang lebih baik kepada Lembaga seperti halnya, *influencer*, *youtuber* dan lain sebgainnya. Dengan ketentuan yang mampu mendapatkan komunikasi yang baik. Luttrell (2018; 117) berpendapat apabila keterlibatan pada suatu interaksi dengan publik merupakan komponen yang sangat *critical* dalam strategi social. *Engage* memiliki tiga aspek di antaranya *influencer*, *where is the*

*audience*, dan *how do I reach them*. Melakukan hubungan dengan *influencer* dilaksanakan formal atau informal sesuai dengan ketentuan suatu Lembaga. *Where is the audience* mengenali terlebih dahulu target *audien*. Sedangkan, *how do I reach the* dengan melibatkan kegiatan yang bisa dilakukan dengan publik.

### **3. Kerangka Konseptual**

#### **1. Pengelolaan**

Pengelolaan merupakan suatu cara atau perilaku tindakan aktivitas tertentu dengan melibatkan seseorang yang dimana dilakukan secara berkala untuk memberikan pengawasan pada setiap aspek kegiatan yang terlibat di dalam sebuah organisasi. Sehingga sesuatu yang di rencanakan akan lebih terorganisir dari lebih efektif.

Keterlibatan manusia pada sebuah organisasi proses pencapaian yang dilakukan seperti perencanaan, pengorganisasian, atau pengawasan mampu diselesaikan dengan tindakan yang terorganisir salah satunya dengan pengelolaan. Follet (1997) menyatakan pengelolaan suatu tindakan pada sebuah kegiatan yang telah terikat melalui pencapaian atau tujuan. Pengendalian sebuah situasi terhadap faktor yang terlibat.

#### **2. Media Sosial**

Keberadaan media social merupakan suatu kemudahan untuk saat ini. Pemanfaatan teknologi suatu keharusan yang harus dikuasai oleh masyarakat dalam rangka memperluas komunikasi. Media sosial menjadi salah satu cara untuk mempermudah memasarkan atau mencari informasi suatu produk atau Lembaga. Sehingga, dapat dikenal oleh khalayak. Internet mampu memberikan perubahan

yang cukup besar kepada *marketing*, bahkan pemanfaatan internet menjadi sebuah *trend stter*. Halini terbukti bahwa setiap Lembaga mempunyai media social yang dikelola. Seperti halnya, yang dilakukan Rumah Sakit Pamengpeuk yangmemiliki media social Instagram @rsudpameungpeukgarut dengan jumlah pengikut yang mencapai 1.122 ribu pengikut dengan adanya pemanfaatan tersebut mampu mengelola citra yang muncul dimta khalayak mengenai Rumah Sakit Pameungpeuk Garut.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein berpendapat media sosial ialah aplikasi dengan penggunaanya terhubung dengan internet dengan menciptakan ideologi serta menimbulkan *user-generated content*. Dapat disimpulkan bahwa media social memiliki peranan penting dalam membangun suatu Lembaga. Dengan pemanfaatan media social yang digunakan serta melakukan pengelolaan melalui metode yang diciptakan. Maka, informasi diberikan kepada khalayak akan tersampaikan dengan efektif, serta menimbulkan citra baik pada Lembaga tersebut.

### **3. Instagram**

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan video. Serta terdapat filter digital dan mempublikasikannya ke berbagai media sosial lainnya, termasuk Instagram tersebut. Instagram salah satu aplikasi berbasis *android* yang digunakan untuk mengambil video, foto, serta dibagikan kepada khalayak luas pengguna Instagram. Foto atau video yang di sebarluaskan bermacam-macam baik mengenai formasi, ajaka, atau larangan. Atmoko (2021:10) Instagram dengan berbagai bentuk foto dan video pada aplikasi Instagram mampu mmeberikan pemasaran yang luas serta efektif.

Kekuatan visual yang ada pada aplikasi instagram membuat daya Tarik visual yang dianggap lebih mempunyai kelebihan yang banyak. Dengan bermodal akun Instagram suatu Lembaga bisa dikenal luas oleh khalayak instagram mampu membawa suatu Lembaga menjadi sangat baik dalam menjalankan komunikasi dengan membangun *brand* dengan pengelolaan yang kreatif dan uinik mampu bersaing dengan Lembaga lain. Tahap pengelolaannya menjadi tugas praktik *public relations* untuk terus *update* atau melakukan pengontrolan yang menarik pada aplikasi ini dengan adanya penyampaian informasi yang menarik, akan timbul daya ketertarikan khalayak untuk terus mengakses media social yang dimiliki suatu Lembaga.

#### 4. Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah prose pertukaran informasi, menanamkan ide-ide dan membuat seseorang dipahami oleh yang lainnya. Hal ini juga termasuk mengerti pihak lain sebagai gantinya. Faktanya sangat penting dalam proses komunikasi. Jika seseorang mengirimkan sebuah pesan tersebut, komunikasi tidak terjadi. Namun, jika ide yang di maksud kan pembicara, komunikasi pembicara, komunikasi terjadi. Meskipun semua orang diberkahi dengan kemampuan untuk berkomunikasi, praktisi *public relations* mendapatkan harus melakukannya lebih baik daripada sebagian besar orang. Sebelum praktisi *public relations* mendapatkan respek dari manajemen dan menjadi penasihat yang dipercaya, dimana harus mendemonstrasikan keahlian di dalam banyak kemampuan komunikasi menulis, berbicara, mendengarkan, mempromosikan, dan konseling. Sama seperti pengawas

keuangan yang diharapkan menjadi professional *public relations* haruslah menjadi komunikator di dalam organisasinya.

## 5. Informasi

Informasi merupakan suatu gagasan atau pesan yang di sampaikan oleh seseorang kepada orang lain dengan memberikan *feedback* kepada komunikan. Bodnar (2000:1) informasi merupakan proses data yang diolah demi mengambil keputusan yang tepat, agar tujuan yang diharapkan menghasilkan sebuah keputusan yang efektif. Informasi dapat dikatakan sebagai pengetahuan atau suatu pembelajar bagi seseorang, dengan adanya informasi yang di dapatkan maka pengetahuan yang diperoleh akan semakin luas. Suatu informasi bisa memberikan. Irviani (2017:13) infromasi merupakan kumpulan data atau fakta yang diorganisasikan untuk menentukan tujuan tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima. Dengan informasi memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dan menyampaikan secara efektif.

## 6. Rumah Sakit

Rumah Sakit menurut peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 tahun 2018 merupakan instansi pelayanan Kesehatan dengan menyediakan pelayanan Kesehatan perorangan secara khusus yang menyediakan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Tugas Rumah Sakit yaitu guna melaksanakan pelayanan Kesehatan guna penyembuhan dan pencegahan penyakit yang di alami oleh pasien Rumah Sakit menurut peraturan Mentri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 tahun 2018 merupakan instansi pelayananKesehatan dengan menyediakan pelayanan Kesehatan perorangan secara khusus yang menyediakan rawat inap,

rawat jalan, dan gawat darurat. Tugas Rumah Sakit yaitu guna melaksanakan pelayanan Kesehatan guna penyembuhan dan pencegahan penyakit yang di alami oleh pasien dapat dikenal lebih luas oleh khalayak. Tidak hanya pelayanan seorang Humas harus mampu memberikan informasi yang relevan serta mudah dipahami dalam membagikan informasi kepada khalayak.

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

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi tempat penelitian terletak di Rumah Sakit pameungpeuk Garut jl. Milamreu No.99, Sirnabakti Pameungpeuk, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44175. Dengan objek penelitian pada media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut di dasarkan pada salah satunya bagaimana membangun informasi melalui media sosial Instagram. Alasan Peneliti mengambil penelitian Rumah Sakit Pameungpeuk Garut karena tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi peran humas pada instansi pemerintahan yang berperan pada pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut berdasarkan pengalaman yang terlihat pada media sosial Rumah Sakit Pameungpeuk Garut yang mana terlihat sangat konsisten serta insten dalam mengelola media sosial untuk mempertahankan reputasi yang baik bagi RumahSakit Pameungpeuk Garut.

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

Paradigma menerupakan apa yang perlu dipelajari, mengenai pertanyaan dan permasalahan apa yag harus ditafsirkan. Paradigma mampu diuraikan sebgai sudut pandang yang meneliti suatu fenomena atau gejala sosial. Penelitian ini menggunakan paradigma *conructivisme* (konruktivisme) yang mana dapat dilihat

cara pandang setiap individu realistik. Dapat kita lihat, bahwa saat ini pengelolaan Instagram sebagai contoh realita yang terjadi masakini tidak hanya untuk individu tetapi untuk instansi atau perusahaannya juga. Ciri sebuah instansi yang memiliki identitas baik dimana melakukan pengelolaan Instagram dengan baik guna mendapata *employer branding*. Sehingga Rumah sakit Pameungpeuk dengan pengeolaan Instagram yang baik dapat memiliki identitas dan memperkaya pengalaman dengan instansi lainnya.

Paradigma kontriktivisme merupakan ilmu sosial yang memandang secara metode ini dipandang tepat karena dapat menciptakan interprestasi serta memahami berbagai macam pendapat secara subjek dari individu. Alasan yang mana untuk dapat memahami sebuah fenomena. Penelitian ini menentukan pendekatan kualitatif untuk diterapkan pada proses pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut untuk proses membangun informasi Rumah sakit Pameeungpeuk Garut kepada publik internal dan publik eksternal hal ini yang melatar belakangi peneliti pada pendekatan kualitatif. Data yang di ambil melalui pendekatan kualitatif menjadiutuh yang mana pada penelitian ini adanya proses kerja, perkembangan serta hasil yang diteliti.

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif pada metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pengelolaan akun Instagram @rsudpameungopeukgarut sebagai upaya *employer branding*. Penelitian ini untuk mendapatkan fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Menggamarkan suatu permasalahan atau situasi tertentu. Sehingga peneliti dapat menggambarkan gejala

atau peristiwa secara padat terhadap suatu fenomena yang ada tanpa bermaksud untuk generalisasi atau membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. *Employer branding* merupakan konsep atau proses meningkatkan citra serta mempertahankan reputasi perusahaan atau Lembaga. Sehingga menjadi alasan di pandang tepat untuk menggunakan metode deskriptif agar penelitian ini memberikan penjelasan yang lebih komprehensif yang dilakukan Instagram @rsudpameungpeukgarut.

Penelitian kualitatif adalah penelitian dengan mempelajari gejala atau proses yang dialami oleh subjek penelitian. Moelong, (2012:6) penelitian kualitatif bersifat subjektif. Fenomena tersebut seperti perilaku persuasif, motivasi, Tindakan dan lainnya. Fenomena tersebut dapat dituliskan dalam bentuk deskriptif, baik melalui perkataan atau melalui dengan Bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode.

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

##### **1. Jenis Data**

Data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dapat memberikan data-data yang didapatkan di lapangan. Penelitian ini menggunakan data kualitatif yaitu:

1. Data mengenai tahap membagikan pesan akun media sosial Instagram @rsudpameungpeuk garut.
2. Data mengenai tahap pengoptimalan konten akun media sosial Instagram @rsudpamenpeuk
3. Data mengenai proses tahap mengelola informasi pesan akun media sosial Instagram @rsudpamengpeuk

4. Data mengenai mengintruksikan publik untuk pengelolaan pesan akun media sosial Instagram @rsudpamengpeuk

## **2. Sumber Data**

Sumber data penelitian yang melalui data-data yang dipakai dari data sekunder dan data primer. Penelitian pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut menggunakan sumber data sebagai upaya membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk Garut.

### **1. Sumber Primer**

Proses pengelolaan media sosial Instagram @rsudpamengpeuk dilakukan langsung oleh bidang humas dikarena mampu menguasai dalam bidang tersebut sehingga peneliti mengambil sumber data primer langsung dari bidang yang menguasai media sosialnya. Umar (2013:42) yaitu melalui data yang diperoleh melalui sumber informan pertama dimana baik perseorangan atau beberapa seperti mellalui wawancara ataupun halis kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti secara langsung. Data primer sumber penelitian yang bersumber asli dari sumbernya yang dilakukan peneliti dilapangan dan wawancara langsung.

### **2. Sumber Sekunder**

Data sekunder yang didapat seperti data resmi Rumah Sakit pamengpeuk, jurnal, artikel, berita dan referensi lainnya yang dapat digunakan sebagai sumber data sekunder. Umar (2013:42) data sekunder merupakan data yang sebelumnya sudah dilakukan pengkajian oleh peneliti baik melewati wawancara, media, dokumentasi atau penelitian terlebih dahulu terkait pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut untuk membangun informasi melalui media

sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut kepada publik eksternal.

## **5. Teknis Pengumpulan Informan**

Teknik informan pada penelitian ini, menentukan beberapa orang denganmellaui pertimbangan yang telah ditentukan sebelumnya. Narasumber yang berkaitan merupakan orang yang memang ahli pada dibidangnya. Yaitu humas Rumah Sakait Pameungpeuk Garut. Subjek Penelitian yang dijadikan informan yaitu:

- a) Staf atau pekerja Tim Humas Rumah Sakit Pameungpeuk Garut yang telahbekeja minimal satu tahun.
- b) Pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpukgarut dengan lama bekerja 3 tahun.

## **6. Teknis Pengumpulan Data**

### **1. Observasi Partisipatori Pasif**

Penelitian ini juga melakukan observasi pasif mengenai penelitian atau terkait dengan tujuan yang diteliti. dikarenakan fokus serta pertanyaan penelitian tidak dikerjakan langsung yang mana penelitian ini tidak di kerjakan langsung oleh peneliti hanya melalui pandangan dan penganalisis mellaui kegiatan yang dilakukan oleh Humas Rumah Sakit Pameungpeuk Garut. Atas dasar inilah peneliti membuat penelitian menggunakan Teknik pengumpulan data observasi pasif. Peneliti melakukan kunjungan langsung terhadap Rumah Sakit Pameungpeuk Garut Tenik yang dilakukan oleh peneliti mampu memberikan data yang lebih jelas serta akurat pada penelitianyang ingin diteliti, baik mengenai konten-konten pada media sosial yang terjadi di lapangan. Teknik ini juga menerapkan sifat kooperatif penelitian agar data pada informan tetap terjaga baik itu secara pribadi

atau data perusahaan. Teknik observasi pasif ini untuk mengumpulkan data tujuan peneliti terkait tahap pembagian konten media sosial Instagram, tahap pengoptimalkan pesan, tahap pengelolaan informasi serta tahap mengikutsertakan publik pada instagaram @rsudpamengpeuk.

## **2. Wawancara Mendalam**

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam terhadap informan yang telah di tentukan peneliti sebelumnya terhadap pengelolaan akun media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut untuk membangun informasi Rumah Sakit Pameungpeuk garut. Pada teknik wawancara mendalam ini menggunakan pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti diantaranya pertanyaan terstruktur dan pertanyaan tidak struktur.

Wawancara yang dilakukan secara langsung dengan mendatangi Rumah Sakit Pameungpeuk Garut dengan menerapkan protokol Kesehatan, yaitu menggunakan masker, menjaga jarak dan mencuci tangan serta menggunakan disinfektan. Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini yaitu untuk mengumpulkan data dari fokus permasalahan yaitu pada tahap pembagian konten media sosial Instagram, tahap pengoptimalkan pesan, tahap pengelolaan informasi srta tahap mengikutsertakan publik pada media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut.

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan proses bagian pengumpulan data yang berbentuk gambar. Sugiyono (2015:329) dengan dokumentasi dapat membuktikan informasi yang didapatkan menjadi valid, baik dalam bentuk tulisan, dokumen, atau arsip. Dokumentasi yang di terapkan pada penelitian tini yaitu mengenai konten-konten

yang ada pada akun instagram @rsudpameungpeukgarut. Dengan adanya dokumentasi mampu memperkuat penelitian yang dilakukan berulang kali dalam tahap penelitian serta pengolahan data menjadi valid.

## **7. Teknis Analisis Data**

Berdasarkan hasil analisis maka data yang diperoleh menggunakan metode penelitian deskriptif dari data yang diolah menggunakan metode wawancara, observasi pasif dan dokumentasi serta diperkuat dengan teori yang digunakan. Pada tahap analisis data dimulai dari pengumpulan hasil data yang telah didapatkan melalui metode yaitu disuus, dipilah, dan dipelajari lalu dilakukan penarikan kesimpulan agar mudah dipahami. Pada Teknik analisis data peneliti menggunakan metode model Miles dan Huberman terhadap penelitian ini, terdapat tiga tahap kegiatan atau tahap analisis data Menurut Miles dan Huberman (1992:16) dalam bukunya “analisis data kualitatif” yakni:

### **1. Reduksi data**

Analisis data akan dilakukan dengan tahap merangkum, mengolahpokok serta memfokuskan terhadap data yang bertujuan pada penelitian untuk menentukan data tema dan pola secara jelas. Karena data yang didapatkan dari informan melalui wawancara mengenai pengelolaan media sosial Instagram @rsudpameungpeukgarut akan dipilih oleh peneliti, dan peneliti hanya memfokuskan pada data yang telah diambil mengenai focus permasalahan yang peneliti ambil pada tahap *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. mengenai sosial media Instagram Rumah sakit Pameungpeuk Garut serta dikuatkan oleh akun situs resmi Rumah Sakit

Pamengpeuk Garut maka data yang dihasilkan akan dianalisis secara kualitatif dan ditafsirkan.

## **2. Penyajian data**

Data atau pesan yang telah terorganisir dibuat kedalam beberapa kategori dalam permasalahan penelitian mengenai *share*, *otimize*, *managed* dan *Engage* sehingga mudah dipahami. Media sosial Instagram Rumah Sakit Pameungpeuk Garut dengan adanya tujuan pada tahap pengelolaan data ini maka informasi yang telah di kaji melalui observasi serta wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.

## **3. Penarikan Kesimpulan**

Apabila data yang diperoleh sudah terorganisir sesuai dengan permasalahan peneliti maka tujuan yang diharapkan oleh peneliti telah didapatkan mengenai peneliti tersebut, dari data yang telah diorganisir maka dibuat kesimpulan. Dari keseluruhan data yang telah dijabarkan sesuai dengan maksud dalam penelitian, sehingga tujuan dari permasalahan dapat dilihat mengenai pengelolaan media sosial Instagram pada Rumah Sakit Pameungpeuk Garut sebagai upaya untuk membangun informasi, maka dengan adanya penelitian tersebut dapat dikatakan apakah informasi tersebut efektif.

## **8. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Teknik pada penelitian ini dilakukan dengan penentuan keabsahan data dan trigulasi. Ruslan (2017:234) berpendapat trigulasi yaitu jawaban dari berbagai cara penelitian sebelumnya cara meneliti kebenarannya dengan data empiris dengan data lainnya untuk perbandingan data selanjutnya data tersedia seperti sumber, waktu,

teori, dan metode. Peneliti menggunakan teknik ini dengan cara mendeskripsikan, menginformasikan dan mengategorikan pandangan atau informasi yang sama antara informan penelitian serta dengan pengambilan yang lebih spesifik dari informan yang telah diberikan beberapa informan penelitian.

### **1. Teknik Analisis Data**

Penelitian Kualitatif pada teknis analisis data yang dilakukan yaitu dengan menginfut data yang hasil pengumpulan data hasil wawancara mendalam dan observasi. Sugiyono (2014:130) analisis data merupakan proses pengumpulan data serta penyusunan yang sistematis dari data yang telah dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Dengan adanya proses tersebut memudahkan peneliti untuk membandingkan atau mengolah data yang telah dikumpulkan untuk di kaji lebih lanjut dengan menghasilkan temuan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model Miles dan Huberman. Sugiyono (2017:88) kegiatan dalam analisis data kualitatif digunakan secara interaktif dan dilakukan secara tuntas. Pada analisis data terdapat tiga tahap yaitu reduksi data penyajian data dan verifikasi kesimpulan.

Reduksi data merupakan rangkuman, memilih dan memilah hal yang dianggap penting, pokok, serta memfokuskan pada hal-hal yang penting dan yang dibutuhkan. Jadi reduksi data ialah menyederhanakan data yang telah dikumpulkan di lapangan kemudian dibuat menjadi lebih jelas dengan fokus penelitian dengan data yang diperoleh dari informan melalui wawancara mendalam dan observasi. Tahap ini mampu dikatakan tahap data kasar yang diterima melalui informan.

Tahap selanjutnya setelah data diperoleh dari informan maka peneliti

mengumpulkan serta menyusunnya. Tahap selanjutnya dilakukan penyajian data dengan menyederhanakan data yang telah diperoleh berdasarkan analisis peneliti untuk memudahkan proses pengolahan ketika akan menarik kesimpulan. Kesimpulan merupakan hasil jawaban dari setiap pertanyaan yang diajukan dalam proses pertanyaan penelitian.



