

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengelolaan merupakan sebuah suatu aktifitas yang biasanya dilaksanakan didalam suatu lembaga, organisasi atau pemerintahan karena untuk mempublikasikan, pemeliharaan atau mengatur secara sistematika yang berhubungan dengan suatu organisasi, lembaga ataupun perusahaan tersebut. Pengelolaan ialah upaya lembaga atau pemerintahan untuk mengatur sumber-sumber yang ada didalamnya supaya bermanfaat untuk lembaga atau perusahaan tersebut. Salah satu pengelolaan tersebut yang dilakukan dengan lembaga atau perusahaan di masa sekarang ini yaitu pengelolaan media social.

Media sosial dizaman sekarang bukan suatu hal yang asing di telinga masyarakat. Media sosial merupakan tempat atau wadah mengeksplor diri untuk mendapatkan suatu informasi terkini. Media sosial yaitu suatu media yang penggunaanya bisa dengan mudah untuk berpartisipasi berbagi serta menciptakan pesan. Siapa pun bisa menggunakan media sosial dengan syarat mempunyai jaringan internet, berbagai macam media sosial yang muncul di zaman era digital ini. *Public Relations* dapat memanfaatkan media sosial perusahaan atau organisasi sebagai alat sebagaimana untuk bisa melindungi serta mempertahankan suatu identitas organisasi, dan juga mengontrol perkembangan isu serta krisis. Sehingga aktivitas perusahaan atau organisasi dalam menggunakan media sosial secara tidak langsung berhubungan

dengan PR dikarenakan bagi perusahaan atau organisasi media sosial dapat digunakan untuk mempertahankan identitas maupun berhubungan dengan publik.

Media sosial dizaman sekarang sudah banyak sekali digunakan oleh para lembaga dan juga perusahaan tujuannya yaitu sebagai alat komunikasi secara dengan menggunakan media *online* dengan masyarakat, begitu juga yang saat ini telah dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Media sosial mendorong pemakainya untuk bisa diskusi serta memberikan umpan balik, voting, komentar dan saling berbagi informasi. Penggunaan media social pasti memiliki tujuan yang sesuai dalam memberikan suatu informasi. Praktisi *Public Relations* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, saat ini telah sangat memanfaatkan media social yaitu Instagram. Instargam yaitu salah satu media social dalam memberikan berbagai informasi serta pesan yang bersangkutan dengan lembaga yang bertujuan untuk meningkatkan citra positif suatu lembaga.

Lembaga ataupun perusahaan dizaman yang millenial ini banyak memulai memberikan serta menyebarkan informasi lewat media social khususnya Instagram. Pengelolaan dalam media social merupakan cara atau usaha sebuah lembaga ataupun perusahaan dalam meningkatkan citra yang baik di masyarakat. Media social khususnya Instagram merupakan sesuatu yang sangat baru dalam dunia *Public Relations* untuk membantu dalam aktifitas kehumasan, maka dari itu masyarakat bisa mendapatkan sebuah informasi dalam media social Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang dikelola oleh praktisi kehumasan.

Instagram saat ini merupakan suatu media sosial yang terus berkembang terus menerus sampai saat ini. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia merupakan tertinggi ke-3 di dunia. Instagram mempunyai peran penting terhadap segala aspek di dunia salah satunya yaitu dalam pembuatan terhadap citra lembaga. Citra sendiri yaitu suatu persepsi masyarakat mengenai segala sesuatu, maka dari itu suatu citra sangat penting bagi suatu lembaga atau sebuah instansi. Pengalaman dalam lembaga atau instansi dapat memberikan suatu citra, baik dalam citra yang baik ataupun buruk, dari hal tersebut akan memberikan hasil citra dari suatu lembaga berikut. Citra tidak dipandang dari pengalamannya saja, tetapi bisa dipandang dari sebuah media, diantaranya adalah media social.

Praktisi kehumasan melihat dari berkembangnya instagram maka agar dapat mengupayakan untuk meningkatkan citra suatu lembaga, banyak cara yang digunakan oleh lembaga ataupun organisasi dalam meningkatkan citra, salah satunya yaitu menggunakan media social instagram, Seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang memberikan informasi serta menyampaikan pesan melalui media social instagram, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung membuat akun instagram yang bernama @disbudpar.bdg @disbudpar.bdg. Didalam instagram @disbudpar.bdg banyak memuat berbagai informasi serta itu adalah sebuah cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk meningkatkan

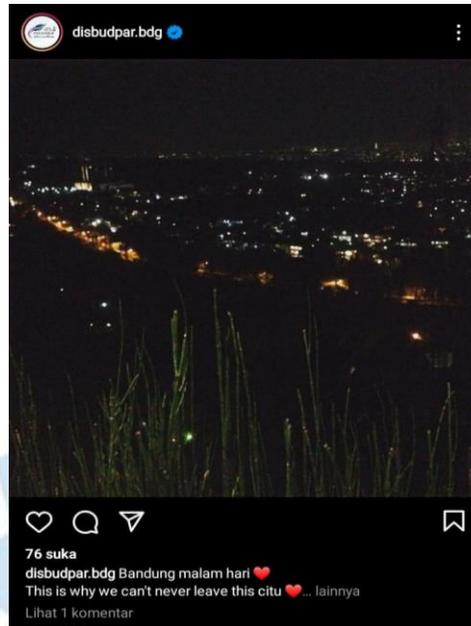
citra lembaganya serta untuk memberikan segala informasi mengenai pariwisata di Kota Bandung kepada semua masyarakat.



Gambar 1.1 Instagram Disbudpar

Sumber: (*instagram* @disbudpar.bdg)

Berdasarkan pada data pra penelitian dari akun instagram resmi @disbudpar.bdg, terlihat pada gambar yang tertera menunjukkan pada saat ini jumlah *followers* atau pengikut pada akun instagram @disbudpar.bdg yaitu 48,900 *followers* dengan jumlah postingan 2.430 postingan. Postingan pertama pada akun @disbudpar.bdg ini diposting pada 11 juni 2015 yang berisi konten sederhana yaitu foto bandung di malam hari.



Gambar 1. 2 Postingan pertama instagram @disbudpar.bdg

Sumber: (instagram @disbudpar.bdg)

Seiring berjalannya waktu, konten-konten instagram @disbudpar.bdg semakin menarik dan terkonsep. Banyak postingan yang memberikan informasi mengenai Bandung, serta informasi yang menarik lainnya.

(<https://instagram.com/disbudpar.bdg>, diakses 19 November 2021)

Selain memasukan konten-konten yang berkaitan dengan Bandung, instagram @disbudpar.bdg juga membuat beberapa postingan lainnya, seperti postingan memperingati hari-hari besar, tebak-tebakan dalam bahasa Sunda, informasi-informasi penting terkini, serta yang paling menarik *followers* yaitu postingan ajakan untuk

mengikuti lomba foto yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

Berdasarkan pada data pra penelitian yang dikutip dalam instagram @disbudpar.bdg dalam postingan Instagram Photo Competition yang diadakan oleh @disbudpar.bdg selalu mendapatkan respon yang tinggi serta positif dikarenakan banyaknya *followers* yang ingin ikut berpartisipasi dalam lomba tersebut dikarenakan adanya hadiah yang menarik yang akan diberikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yaitu sejumlah uang tunai yang bernominal tinggi, maka dari itu postingan lomba instagram photo competition yang diadakan oleh @disbudpar.bdg dengan hastag #DisbudparHayuMoto ini selalu mendapatkan respon yang tinggi.

Beberapa postingan yang berbentuk video ini yang sangat menarik. Seperti video-video yang memberikan informasi seputar arti nama jalan jalan yang ada di Bandung. Salah satu postingan video yang mendapatkan respon baik dengan diberikannya *like* dan kometar yang positif yaitu video yang menjelaskan arti dari jalan Dago. Dalam video tersebut dijelaskan bagaimana sejarah diberikannya nama Dago tersebut, sejarahnya jalan Dago pada dahulu merupakan tempat hutan belukar yang sepi, serta jalalannya belum bisa dilalui, penduduk yang pagi-pagi hendak pergi beraktifitas selalu menunggu satu sama lain agar bisa berangkat bersama-sama dengan alasan keamanan, kebiasaan saling menunggu tersebut dalam bahasa sunda disebut “padago-dago” maka dari itu jalan tersebut dinamai Jalan Dago. Postingan Video tersebut mendapatkan respon yang positif dari para *followers*, karena berkat informasi

tersebut banyak pengikut instagram @disbudpar.bdg yang baru mengetahui tentang arti nama jalan tersebut.

Menyampaikan sebuah informasi menggunakan media social instagram yaitu merupakan salah satu bentuk dari cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung agar bisa memberikan seputar informasi yang informatif mengenai Kota Bandung. Tujuan yang lainnya yaitu media social instagram @disbudpar.bdg menjadikan media social instagram sebagai sarana untuk bisa berkomunikasi dengan para masyarakat.

Praktisi *public relations* mempunyai banyak *planning* demi meraih tujuannya. Mukarom (2015) arti *public relations* merupakan bagian dari fungsi manajemen organisasi, lembaga ataupun perusahaan ada tiga macam bentuk fungsi manajemen *public relations*. Pertama ialah manajemen mekanik, yaitu fungsi manajemen *public relations* dengan melakukan pengamatan (*observation*), perencanaan (*planning*) dan mengorganisasikan (*organizing*) suatu kegiatan. Menggunakan media social terutama instagram dalam sebuah lembaga yaitu strategi untuk bisa meningkatkan citra lembaga menjadi menarik saat diteliti dan juga dikaji, maka dari itu hal tersebut mampu melihat bagaimana suatu lembaga berusaha dalam mempertahankan dan juga meningkatkan citra lembaganya agar aktif dalam penggunaan media social instagram sebagai tempat penyampaian informasi yang informatif tentang lembaga tersebut.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, ada rumusan masalah dibuat hanya akan terfokus dalam wilayah yang akan diteliti, yaitu mengenai pengelolaan media social instagram sebagai upaya meningkatkan citra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tahapan *share* (membagikan) konten pada pengelolaan media social instagram sebagai upaya meningkatkan citra pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung?
2. Bagaimana tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan pada pengelolaan media social instagram sebagai upaya meningkatkan citra pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung?
3. Bagaimana tahapan *manage* (mengelola) informasi pada pengelolaan media social instagram sebagai upaya meningkatkan citra pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung?
4. Bagaimana tahap *engage* (mengikutsertakan) public pada pengelolaan media social instagram sebagai upaya meningkatkan citra pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan data kualitatif dengan studi deskriptif dalam hal penelitian pengelolaan media social instagram untuk meningkatkan citra baik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

1. Mengetahui tahapan *Share* (membagikan) konten pada pengelolaan media social instagram sebagai bentuk upaya meningkatkan citra pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
2. Mengetahui tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan pada pengelolaan media social nstagram sebagai bentuk upaya meningkatkan citra pada Dinas dan Kebudayaan Kota Bandung.
3. Mengetahui tahapan *manage* (mengelola) informasi pada pengelolaan media social instagram sebagai upaya bentuk upaya meningkatkan citra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
4. Mengetahui tahap *engage* (mengikutsertakan) public pada pengelolaan media social instagram sebagai upaya meningkatkan citra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Menurut tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka dari itu penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan dalam keilmuan langsung, ataupun tidak langsung.

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara Teoritis, pada penelitian ini diharapkan agar bisa memberikan kontribusi secara menyeluruh untuk pendalaman studi komunikasi, yang pada khususnya kajian mengenai pengelolaan media social instagram sebagai langkah praktisi *Public Relations* meningkatkan citra yang baik suatu lembaga.

Penelitian ini sangat diharapkan bisa memberikan kontribusi kepada program studi Ilmu Komunikasi Humas dalam bentuk pendalaman mengenai pengelolaan media social bagi citra lembaga. Dan penelitian ini juga berguna untuk masyarakat umum agar mengetahui pentingnya pengelolaan media social bagi suatu lembaga.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan keilmuan mengenai pengetahuan yang lebih untuk praktisi ataupun akademisi *Public Relations*. Cara yang dapat digunakan yaitu dengan terjun langsung ke lapangan dengan tujuan meneliti bagaimana strategi yang dilakukan untuk meningkatkan citra yang baik untuk instansi ataupun lembaga dalam menjalankan aktivitas media social instagram. Penelitian ini diharapkan agar memberikan timbal balik bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk menjadikan bahan evaluasi serta masukan yang diharapkan bisa dijadikan perbaikan serta peningkatan dalam membentuk citra yang baik dalam lembaga melalui media social instagram.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan, serta menjadi acuan dalam studi komunikasi khususnya pengelolaan media social.

1.5 Landasan Pemikiran

Tujuan dari landasan pemikiran ialah untuk memberikan penjelasan mengenai teori apa yang akan sesuai dengan masalah yang akan diteliti, serta mengenai landasan pemikiran berisi mengenai seputar data-data sekunder yang diambil dari banyaknya jurnal ataupun dari hasil penelitian yang lainnya.

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bermula dari menganalisis terlebih dahulu dengan penelitian sebelumnya agar keterkaitan satu sama lain, tujuannya yaitu supaya menjadi contoh ilmiah pelengkap, pendukung serta pengimbang yang cukup. Pendekatan yang dilakukan ini bertujuan untuk menghargai perbedaan yang ada dalam penelitian, dan juga peneliti memiliki persamaan ataupun perbedaan ini merupakan hal yang biasa sering terjadi dan dapat disandingi antara satu sama lain. Dalam suatu penelitian, cara untuk bisa mendapatkan data pendukung yaitu dengan cara astudi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah hal yang dilakukan sebagai referensi yang bisa membantu dalam memberikan rumusan dasar untuk pengembangan kajian. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mencari tinjauan penelitian terlebih dahulu yang sudah mempunyai hubungan pada penelitian yang akan diteliti. Berikut ini merupakan beberapa hasil-hasil dari penelitian yang sejenis yang telah digunakan sebagai referensi karena memiliki kerkaitan yang serupa dengan penelitian yang akan peneliti lakukan:

Pertama, penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh Meitsara Sakinah yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi (2018) dengan penelitian yang berjudul *Pengelolaan Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Studi Kasus Website tribratanew.jabar.polri.go.id Jawa Barat*. Penelitian berikut menggunakan studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa *Pengelolaan Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Studi Kasus Website*

tribratanew.jabar.polri.go.id Jawa Barat ini diawali menerangkan permasalahan dengan memakai tahap kordinasi. Tahap berikut bermaksud untuk menentukan suatu masalah, mengumpulkan data, memilih berita, serta menganalisis dalam penentuan masalah. Berikutnya adalah melakukan sebuah perencanaan serta pemrograman melalui tahap perencanaan dengan target sasaran berita, membuat judul, kordinasi didalam hal perencanaan dan juga mendapatkan konfirmasi melalui pimpinan lalu memulai komunikasi didalamnya. Dalam kegiatannya terdapat pengelolaan berita, membuat berita, mengunggah berita. Lalu kegiatan yang dilaksanakan diakhir yaitu mengevaluasi untuk bisa mengetahui seberapa besar manfaat atau keberhasilan yang diraih dalam pengelolaan media yang tujuannya yaitu meningkatkan citra lembaga.

Kedua, penelitian berikutnya yaitu penelitian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi Tahun 2018 yaitu Intan Ayu Lestari dengan judul Pengelolaan Website Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga (Analisis Deskriptif pada Website Yayasan Pendidikan Al-Masoem.

Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk dapat mengetahui langkah-langkah bagaimana bisa mempertahankan citra positif pada Yayasan Al-Masoem yang diteliti melalui *website*. Penelitian tersebut memakai metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwasannya Yayasan Al-Masoem untuk meningkatkan citra lembaga melalui pengelolaan *website* adalah pertama *fact finding* adalah menetapkan suatu masalah melalui berita online, koran maupun layanan pengaduan masyarakat. Kedua *planning*,

perencanaan ketika dilaksanakan saat sedang adanya suatu kegiatan, berikutnya lalu dibuat berita lalu dimasukkan ke dalam *website* untuk disebar luaskan kepada para masyarakat. Ketiga *Actions*, kegiatan *actions* ini akan terbagi menjadi tiga bagian, yaitu informasi, lalu bagian pemberitaan dan yang terakhir bagian informasi teknologi. Keempat *evaluations*, adalah sebuah evaluasi atau penilaian yang dilakukan terhadap program yang berhasil dilaksanakan dari program grafik, pusat informasi dan total pengunjung.

Ketiga, Penelitian ini diteliti oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat yaitu mahasiswa Mutiara Cendikia Sandyakala dengan judul skripsi Startegi Mempertahankan Citra Positif Melalui Akun Media Sosial Facebook (Studi Deskriptif Pada Humas Pemerintah Kota Sukabumi Jl.R.Syamsudin SH No.25). Metode penelitian yang digunakan dalam penaelitian ini yaitustudi deskriptif kualitatif serta teknik pengumpulan data wawancara yang mendalam dan juga observasi pasipatorik pasif.

Cara yang digunakan oleh humas pemerintahan kota Sukabumi untuk mempertahankan citra yaitu dengan memanfaatkan media social layaknya facebook, didalam akun facebook ini Humas Pemerintahan Kota Sukabumi dapat tahu berbagai macam respon termasuk respontif yang dibeerikan oleh masyarakat terhadap postingan pemerintahan kota Sukabumi dengan cara memberi tanda like serta komentar didalam kolom yang tersedia. Hal itulah yang dapat membantu terciptanya citra positif pemerintahan kota Sukabumi.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ucu Irfan Gumilar dengan judul skripsi penelitian (Strategi Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam Membangun Citra (Studi Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam Membangun Citra Positif) 2016. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif.

Hasil pada penelitian ini yaitu dapat diketahui bahwasannya strategi *public relations* Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam membangun citra positif adalah dengan melakukan suatu keterbukaan dalam perihal informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh para pejabat pemerintahan, para pemangku kebijakan, serta pembangunan kabupaten Pangandaran terhadap masyarakat lewat media massa baik itu melalui cetak ataupun elektronik dan juga memakai media social serta website serta membangun hubungan baik dengan pihak lembaga pendidikan.

Kelima, Penelitian yang dilaksanakan oleh Silvia Zakiah Itsnaini yaitu mahasiswi Ilmu Komunikasi Prodi Hubungan Masyarakat (2016) dengan skripsi yang berjudul skripsi Strategi Public Relations Meningkatkan Citra Perusahaan PT. Bio Farma (Persero) (Studi Kasus Penggunaan Media Sosial sebagai strategi meningkatkan citra perusahaan PT. Bio Farma (Persero) Jl. Pasteur No.28 Bandung). Metode yang dipakai dalam melakukan penelitian ini yaitu studi kasus kualitatif. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini yaitu melakukan wawancara dan juga observasi.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa praktisi *Public Relations* PT Bio Farma melakukan beberapa tahapan yaitu dengan tahapan *four step public relations* secara sistematis dan juga rapi. Hal yang pertama dalam melakukan yaitu mengidentifikasi suatu masalah yang terjadi dan berkaitan dengan respon ataupun penilaian yang diperlihatkan kepada masyarakat mengenai citra perusahaan lewat media social. Tahap kedua merupakan tahap yang biasa dikenal dengan tahap perencanaan, didalam tahap ini yaitu mengidentifikasi suatu permasalahan dengan melakukan cara perumusan suatu konten informasi untuk mencapai tujuan tertentu. Tahap ketiga yaitu tahap aksi, dalam tahap ini dilakukan komunikasi dengan cara melakukan setiap perumusan rencana yang telah disusun. Tahap keempat yaitu tahap mengevaluasi program, pada tahap ini dilakukan cara mengevaluasi sebuah konten yang tertera di media social, kemudian menentukan waktu untuk mengevaluasi supaya kegiatan evaluasi bisa dapat dilaksanakan secara tertata.

Tabel 1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Dengan Peneliti Yang Akan Dilakukan	Perbedaan Dengan Peneliti Yang Akan Dilakukan
1.	Meitsara Sakinah	Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam meningkatkan citra (Studi kasus pada <i>website tribratanews.jaba</i>)	Kualitatif (Studi Kasus)	Penelitian ini menjelaskan bahwa Polda Jawa Barat melaksanakan pendefinisian masalah dengan melakukan tahapan koordinasi	Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti yaitu membahas mengenai strategi peningkatan citra lembaga dan juga	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu, penelitian ini terfokus kepada media social <i>website</i> , sedangkan penulis terfokus pada media social Instagram.

		<i>r.polri.go.id</i> Polda Jawa Barat		untuk mengerjakan penentuan masalah, mngumpulkan data, pemilihan berita serta analisis pemilihan sebuah masalah, lalu mengerjakan perencanaan dan pemrogaman dengan tahap perencanaan target sasaran berita, pembuatan judul, korddinasi dalam perencanaan dan	pengelolaan melalui media social.	
--	--	--	--	---	--------------------------------------	--

				<p>konfirmasi dari pemimpin, dan pelaksanaan pengkomunikasian didalamnya ada tahapan pengelolaan berita, membuat berita, upload berita ke website dan media social. Lalu yang terakhir yaitu proses pengevaluasian untuk mengetahui seberapa besar manfaat dan</p>		
--	--	--	--	--	--	--

				keberhasilan yang diperoleh dalam pengelolaan media dalam meningkatkan citra.		
2.	Intan Ayu Lestari	Pengelolaan <i>Website</i> Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga (Analisis Deskriptif pada <i>Website</i> Yayasan Pendidikan Al-	Analisis Kualitatif (Deskriptif)	Hasil penelitian ini memngungkapkan bahwa Yayasan Al-Masom berupaya meningkatkan citra lembaga melalui pengelolaan website, serta menggunakan empat proses tahapan	Dalam penelitian ini bisa memberikan pemahaman yang sesuai mengenai startegi dalam meningkatkan citra sebuah lembaga melalui media digital, yang berarti sesuai	Perbedaan yang ada dalam penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu objek yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada media online website, sedangkan penulis yaitu berfokus

		Masoem).		<p>diantaranya adalah fact funding yang artinya menentukan masalah melalui Koran, berita online serta layanan pengaduan masyarakat. Kedua yaitu Planning yang artinya perencanaan yang dilaksanakan ketika adanya kegiatan, selanjutnya dibuat berita dan</p>	<p>dengan penelitian yang ditulis oleh penulis.</p>	<p>pada media social Instagram</p>
--	--	----------	--	---	---	------------------------------------

				<p>dimasukan kedalam website untuk disbar luaskan kepada masyarakat. Ketiga Actions yang artinya aPelaksanaan yang dilaksanakan terbagi menjadi tiga bagian, yang pertama bagian informasi, kedua bagian pemberitaan, dan yang ketiga bagian informasi teknologi.</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				Keempat evaluations yang artinya adanya penilaian atau evaluasi terhadap suatu program yang berhasil dilaksanakan.		
3.	Mutiara Cendikia Sandyakala	Strategi Mempertahankan Citra Positif Melalui Akun Media Sosial <i>Facebook</i> (Studi Deskriptif Pada Humas	Kualitatif (Deskriptif)	Humas pemerintahan kota sukabumi ini dapat meningkatkan citra baik dengan cara memanfaatkan media social facebook, akun facebook Humas kota sukabumi ini	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama membahas strategi peningkatan citra lembaga melalui media social.	Perbedaannya yaitu penelitian ini berfokus pada social media facebook, sedangkan peneliti berfokus pada media social Instagram.

		Pemerintah Kota Sukabumi Jl.R.Syam sudin SH No.25)		merupakan media social yang aktif. Pemerintahan kota sukabumi juga dapat mengetahui banyak respon positif dari kalangan masyarakat dengan cara like serta comment pada kolom postingan facebook humas pemerintahan kota sukabumi. Maka dari itu hal ini memberikan		
--	--	---	--	---	--	--

				<p>kemudahan pada humas kota sukabumi sehingga dapat melihat respon positif yang diberikan oleh para masyarakat sehingga tau sejauh mana peningkatan citra positif Humas Pemerintahan Kota Sukabumi dimata masyarakat kota Sukabumi.</p>		
--	--	--	--	--	--	--

4.	Ucu Irfan Gumilar	Strategi Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam Membangun Citra (Studi Kasus <i>Public relations Officer</i> Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandar an	Kualitatif (Studi Kasus)	Penelitian ini menyatakan bahwa strategi public relations sekretariat daerah kabupaten pangandaran dalam membangun citra positif adalah dengan cara melakukan transparansi informasi mengenai kegiatan pejabat pemerintahan, kebijakannya serta pembangunan yang	Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu sama sama mempertahankan citra positif lembaga.	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu perbedaan objek yang diteliti.
----	----------------------	--	-----------------------------	---	--	--

		dalam Membangun Citra Positif)		dilaksanakan oleh kabupaten pangandaran kepada masyarakat dengan cara melalui media social dan juga media cetak.		
5.	Silvia Zakian Itsnaini	Strategi Public Relations Meningkatkan citra perusahaan PT. Bio Farma (Persero Studi Kasus	Kualitatif (Studi Kasus)	Hasil penelitian ini yaitu dapat diartikan bahwa praktisi Public Relations PT. Bio Farma (Persero) Melakukan langkah- langkah strategi	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti yaitu sama membahas mengenai strategi meningkatkan citra	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti yaitu, tempat serta metode penelitian ini berbeda.

		<p>Penggunaan media social sebagai strategi meningkatkan citra perusahaan PT. Bio Farma (persero) Jl. Pasteur No.28 Bandung)</p>		<p>Public Relations dengan baik dalam menggunakan media social untuk bisa membantu mengupayakan citra yang positif.</p>	<p>suatu lembaga melalui media social.</p>	
--	--	--	--	---	--	--

1.5.2 Landasan Teoritis

Landasan teoritis yaitu merupakan suatu hal yang meliputi definisi, konsep, teori dan model yang sebagaimana telah dirangkai dalam bentuk sistematis untuk tujuan penelitian yang akan menjadi hal utama dalam hal melakukan penelitian tersebut.

Penelitian yang akan diteliti ini menggunakan model SoMe yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Model komunikasi ini berisi empat komponen dalam, berupa *Share* (membagikan), *Optimize* (mengoptimalkan), *Manage* (mengelola), dan *Engage* (ikut serta).



Gambar 1. 1 The Circular Model Of SoMe

Sumber: (Luttrell, 2015: 41)

Terdapat empat point dari model berikut ini, yang mempunyai pengaruh kuat maka para praktisi bisa mengatur strategi sebaik-baiknya melalui model ini. Model SoMe dibuat melingkar karena model linear dianggap tidak bisa menjelaskan langkah strategis apa saja yang dapat dilakukan. Model ini dibagi menjadi empat proses, yaitu: *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*.

1. Tahap Share

Tahapan *share* ini memberikan penjelasan praktisi harus tahu dimana saluran yang benar dalam menjangkau khalayak atau *stakeholdernya*. Ada 3 point yang penting didalam tahan share ini, yaitu: *participate*, *connect* dan *build trust*. Strategi ini sangat penting untuk diketahui bagi seorang *social media strategist*. Perusahaan akan menyampaikan kontennya di media seperti apa agar terhubung, berinteraksi, dan membangun kepercayaan kepada soocial.

Media Sosial dapat meringankan seorang agar bisa berhubungan dengan yang lainnya seperti yang memiliki kesamaan ketertarikan, *passion* dan kepercayaan. Hal ini perusahaan/instansi harus spesifik untuk mengikuti kondisi publiknya agar partisipasi maryarakat dapat terwujud. Sehingga, Perusahaan dapat membentuk alur komunikasi dua arah antara perusahaan dengan soocial sasaran mereka yang sudah ada agar ikut berpartisipasi dalam sebuah percakapan di media soocial, dan dari kedekatan itulah kepercayaan mulai terbentuk.

2. Tahap Optimize

Tahap ini kita di ajak untuk melihat apakah adanya isu yang disampaikan bagi perusahaan? Apakah ada juga isu yang bisa menyebabkan perusahaan dapat perlu ikut berinteraksi? Konten apa yang harus dipublikasikan? Apakah perusahaan mempunyai advokasi dan seorang *brand influencers* dalam mengoptimalkan komunikasi? Dimana perusahaan sering diperbincangkan dan bagaimana? Karena dalam mengoptimalkan interaksi, mendengarkan apa yang diperbincangkan oleh social sangatlah penting. Perencanaan komunikasi yang kuat dapat

mengoptimalkan hasil konten dan sangat berpengaruh pada pesan, merek, dan nilai perusahaan bagi *followers*.

Praktisi Public Relations sekarang berada pada masyarakat yang menginginkan keterbukaan informasi yang cepat, secara langsung, lewat media social dapat menjembatani kebutuhan tersebut. Tugas seorang *Public Relations* dalam menjembatani kebutuhan itu. Fitur *mention* atau menghubungi adalah fitur atau alat yang sangat berguna dalam memantau dan menghitung percakapan apa saja yang terjadi di tengah masyarakat, mengenai barang atau jasa yang sedang kita lakukan atau berikan kepada social atau *followers* yang kita miliki.

3. Tahap *Manage*

Tahap ini kita harus mengetahui pesan apa yang bersangkutan atau berkaitan dengan sebuah perusahaan yang harus dikelola, diamati, dan juga diukur. Ada tiga komponen atau elemen dalam tahapan ini yaitu media *monitoring*, *quick responses*, dan *real interanctions*. Seperti pada pengelolaan sistem media di perusahaan *Hootsuite* yang bisa melakukan interaksi secara *real-time*, merespon konsumen dengan cepat, mengirimkan pesan pribadi, serta membagi tautan, memantau interaksi yang terjadi dan juga mengukur apakah berhasil atau tidaknya informasi yang disampaikan oleh perusahaan kepada audiens. Tahap ini berfokus kepada bagaimana seorang praktisi dapat terus terhubung dengan audiens baik itu interaksi *real-time* atau komunikasi satu arah yang di tujukan kepada *audience*.

Percakapan yang ada pada media social dilalui sangat cepat, dalam hitungan detik interaksi atau percakaan bisa langsung berlangsung. Tentu saja

dalam hal ini *stakeholders* menginginkan respon serta jawaban yang cepat dari seorang praktisi *Public Relations* perusahaan yang mengelola media social dalam berinteraksi dalam media social. Banyak instansi atau perusahaan yang tidak memiliki kesiapan untuk merespon interaksi dari *stakeholder*.

Hal ini karena respon kepada socialsr terbatas pada waktu kerja setiap harinya, tanggung jawab pekerjaan serta yang lainnya, dan bisa mengelola seberapa besar volume untuk interaksi yang dapat terjadi. Permasalahan tersebut terjadi karena perusahaan/instansi masih kekurangan SDM untuk melakukan *monitoring* dan mengelola media social perusahaan.

4. Tahap *Engage*

Tahapan ini seorang *Public Relations* harus bisa mengetahui siapa saja yang akan kita *engage* atau libatkan serta bagaimana dalam mempraktekannya? Apakah konsumen kita ingin melakukan sesuatu dalam tahap informasi yang bisa dipublikasikan perusahaan? Jjika iya, perubahan apa sajakkah yang bisa kita perbuat teruntuk mereka? Menggunakan *engagement strategy* bisa jadi sesuatu hal yang bisa disebut sulit, tetapi apabila suatu perusahaan sadar akan *benefit* dari hal keterlibatan yang murni dari audiens maka hubungan yang kuat antara perusahaan dengan konsumennya dapat diciptakan.

1.5.3 Landasan Konseptual

Setiap lembaga pasti mempunyai citra yang melekat pada lembaga tersebut, maka dari itu tugas dari *public relations* yaitu menjadikan lembaga tersebut citranya tumbuh dan kuat. Citra biasanya dipandang atau dinilai dari

kepercayaan setiap individu atau public yang melihat pandangan persepsi pada lembaga tersebut.

Citra pada suatu perusahaan biasanya dinilai dari masyarakat yang memiliki pengalaman, kepercayaan, ataupun pengetahuan kepada perusahaan atau lembaga tersebut, maka dari itu fasilitas ataupun layanan yang dimiliki oleh perusahaan atau lembaga dapat memengaruhi persepsi dari masyarakat yang dapat menimbulkan citra baik ataupun buruk.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung melaksanakan beberapa tahapan untuk meningkatkan citra lembaga yang dilaksanakan pada media social Instagram. Tahapannya yaitu menggunakan model komunikasi yang dapat memuat empat komponen dalam media social, yaitu SoMe oleh Regina Luttrell yaitu sebagai berikut:

1. *Share* (membagikan)
2. *Optimize* (mengoptimalkan)
3. *Manage* (mengelola)
4. *Engage* (ikutserta)

Share atau membagikan, biasanya dalam tahap share yaitu dibagikannya pesan atau informasi yang disebarkan kepada public. Hal ini dilakukan oleh para praktisi Public Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk upaya meningkatkan citra yang baik di lembaga.

Optimize atau mengoptimalkan, dalam hal ini praktisi Public Relations bertugas untuk mengoptimalkan suatu pesan yang dengan cara mendengarkan atau melihat apa yang diperbincangkan oleh para public tentang lembaga yang positif

ataupun negative. Setelah itu para praktisi Public Relations akan menangkap obrolan atau perbincangan itu lalu mempelajarinya informasi tersebut untuk mengoptimalkan pesan.

Manage atau mengelola, dalam tahap ini praktisi *Public Relations* melakukan tahapan media *monitoring* atau bisa disebut sebagai penilaian untuk mengetahui penilaian public mengenai lembaga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

Engage atau ikuserta, dalam tahap ini praktisi Public Relations melakukan kegiatan untuk mengaktivasi media social Instagram @disbudpar.bdg, karena untuk mengetahui tujuan yang jelas dan mengetahui siapa saja yang menjadi target sasaran lembaga ini.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung merupakan salah satu lembaga yang menggunakan media social Instagram. Tujuannya yaitu untuk memudahkan public berinteraksi serta mengetahui informasi mengenai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung serta kegiatan yang dilakukan oleh lembaga ini. Pada biasanya lembaga pemerintahan hanya memiliki media social tetapi tidak dengan pengelolaan yang baik, karena pada saat ini kebanyakan public akan menilai suatu citra lembaga yang baik dari postingan di media social khususnya instagram. Apabila media social dikelola dengan seperti konten tidak yang menarik, tidak menggunakan konten plan, serta konten yang monoton, ini mencirikan bahwa lembaga tersebut tidak menjalankan media social dengan baik. Tetapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung telah menjalankan media social dengan baik, terlihat dari instagram yang selalu aktif, postingan yang *up to*

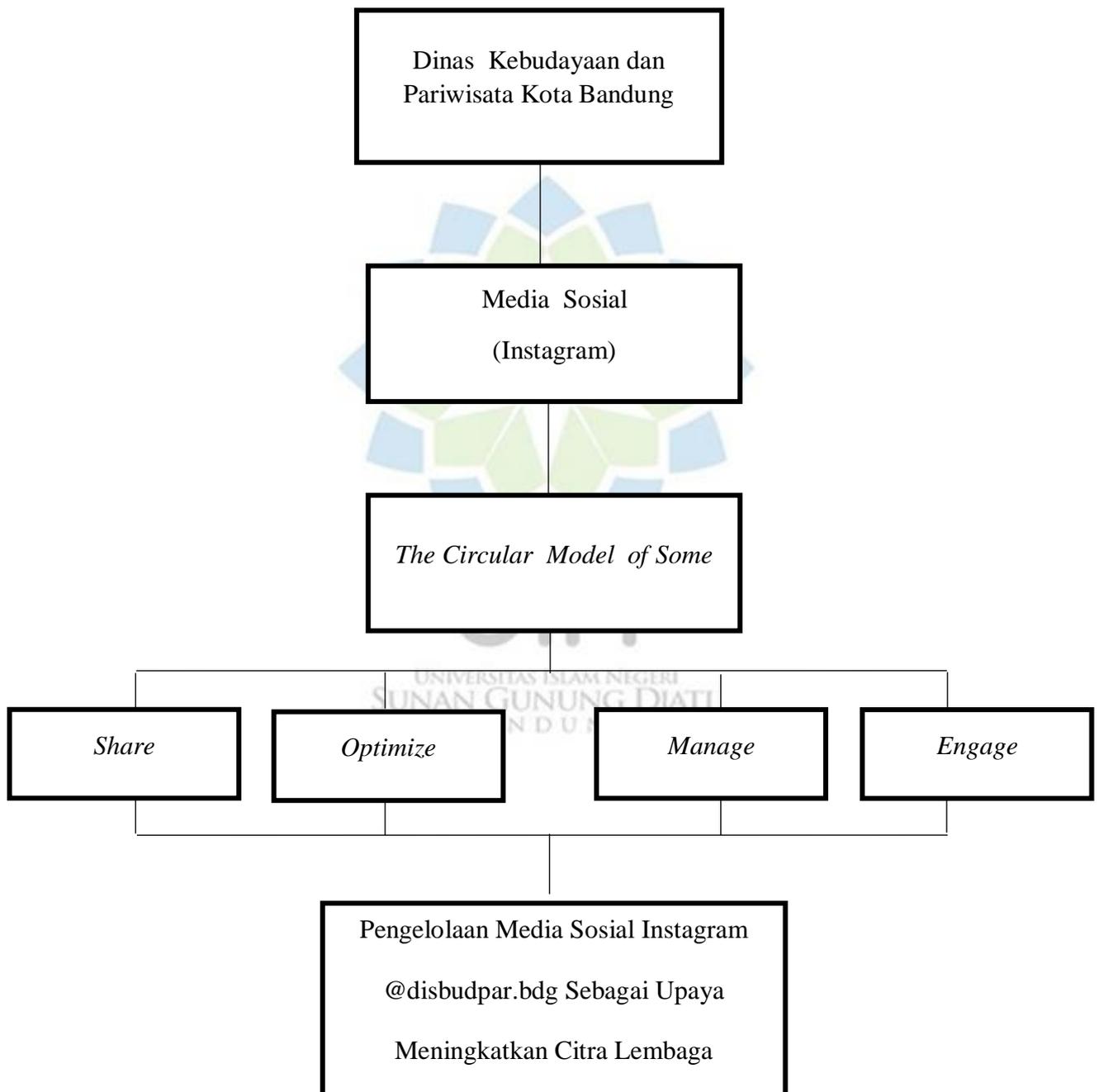
date, serta banyak memberikan informasi-informasi yang tentunya membuat khalayak tertarik karena dapat dilihat dari *likes* serta komentar yang mendapat respon positif, tentunya ini dapat melihat bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung merupakan lembaga dinas yang menjalankan aktivitas media social terkelola dengan sangat baik.



1.5.4 Landasan Konseptual

Bagan 1

Landasan Konseptual



Bagan 1. 1 Landasan Konseptual

Sumber: Hasil Olahan Penelitian

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang berada di Jl. Ahmad Yani No. 227, Kota Bandung, Jawa Barat. Objek penelitiannya yaitu Pengelolaan media social instagram sebagai bentuk meningkatkan citra lembaga (Studi Deskriptif pada Media Sosial Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung).

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Ardianto (2007: 154) menjelaskan bahwa yang dimaksud paradigma konstruktivisme ialah bentuk dari segala realitas yang terjadi pada suatu fenomena tertentu yang dibangun oleh individu masing-masing, dalam setiap individu tersebut mempunyai nilai dan mempelajari beberapa nilai yang terdapat pada fenomena tersebut, maka akan membentuk suatu pengetahuan atau ilmu.

Pendekatan yang dipakai guna dalam penelitian berikut yaitu pendekatan interpretative, Newman (1997: 68) pendekatan interpretatif mempunyai tujuan sebagai pencari penjelasan tentang peristiwa social budaya yang mendasar pada sudut pandang dan juga pengalaman yang dirasakan oleh individu atau lembaga. Pendekatan interpretative adalah pendekatan yang melihat fakta dengan luwes atau fleksibel dalam artian segala pernyataan serta perilaku yang terjadi dilapangan mempunyai makna yang bisa diartikan dengan berbagai macam cara, dalam metode ini tujuannya yaitu membuat interpretasi dengan cara memahami pendapat

subjek dari individu, maka dari itu pendekatan interpretatif ini mempunyai alasan untuk bisa memahami suatu fenomena.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan cara metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mempunyai maksud agar dapat dapat menguak suatu permasalahan yang sedang diteliti dengan memlalui cara menggambarkan keadaan subjek dan objek didalam sebuah penelitian serta terdapat sebuah subjek dan objek yang berupa lembaga, orang dan juga masyarakat ataupun yang lainnya yang sekarang bersangkutan dengan realitas mengenai pengelolaan media social instagram dalam meningkatkan citra positif bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. dari penelitian ini memiliki data yang bisa berhasil dikumpulkan merupakan deskriptif yang isinya yaitu berupa kata-kata, kimat, pernyataan dari informan ataupun narasumber secara langsung, serta data yang bukan berupa angka-angka, karena penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif.

Seperti yang telah dijelaskan oleh Williams (1995) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan upaya peneliti untuk bisa mengumpulkan data berdasarkan pada latar belakang secara ilmiah, karena hasil penelitian juga ilmiah dan dapat dijelaskan bila dilakukan secara natural dan bisa dipertanggungjawabkan..

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data didalam penelitian yang akan diteliti ini menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer, yaitu merupakan data yang dibutuhkan dan didapatkan dari para responden yang mempunyai data yang lengkap, baik

dalam bentuk observasi serta wawancara. Seperti yang telah dijelaskan oleh Robert K. (1997:1) didalam bukunya menjelaskan Studi Kasus (Desain dan Metode) memberikan penjelasan tentang data-data yang digunakan dalam kualitatif.

1) Data Primer

Data primer merupakan cara dilakukan menggunakan teknik wawancara yang mendalam. Wawancara yang disertai dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan yang detail serta mendalam dan juga mewajibkan pewawancara harus lebih pintar serta kreatif dalam membuat sebuah pertanyaan.

2) Data Sekunder

Studi kepustakaan adalah suatu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan cara mencari dan juga mempelajari buku-buku yang berkaitan atau bersangkutan dengan skripsi (penelitian), membaca arsip-arsip lembaga yang diteliti, data dokumentasi, *leaflet*, *company profile*, mengakses internet dan sumber-sumber yang lain.

Sumber data yang akan dikumpulkan berasal dari informan atau narasumber yang nantinya akan diwawancarai. Dan juga ada yang berasal dari situ resmi yang berhubungan dengan masalah penelitian atau media-media yang bersangkutan yang digunakan oleh lembaga yang diteliti.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Informan didalam penelitian ini dilaksanakan untuk mempertimbangkan kriteria narasumber mana yang akan digunakan dalam penelitiannya. Ruslan (2003:18) menyebutkan penelitian kualitatif itu tidak akan mengenal dengan

adanya minimum jumlah sampel. Penelitian kualitatif umumnya memakai sampel yang kecil bahkan pada kasus tertentu bisa jadi hanya memakai satu informan. Syarat yang harus dipenuhi saat menentukan informan adalah kesesuaian dan kecukupan.

Penelitian kualitatif tidak memandang batasan informan yang berarti bisa memakai informan 1, 2, 3, 4, atau lebih selama informasi dan isi data penelitian tersebut dapat sesuai dengan yang dibutuhkan oleh peneliti.

- 1) Informan yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan bagian dari humas di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Informan yang ditentukan merupakan kriteria yang mempunyai alasan disebabkan informan adalah individu yang mempunyai hubungan dengan kegiatan *Public Relations*.
- 2) Informan berikutnya merupakan bagian pengelola media social instagam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
- 3) Informan terakhir merupakan pembuat konten serta informasi tentang segala sesuatu yang berada di akun media social instagam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam penelitian ini menggunakan cara sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan sebuah teknik untuk pengumpulan data ataupun informasi dengan cara interaksi yang dilaksanakan secara langsung dengan informan untuk bisa mendapatkan

sebuah informasi yang mendalam. Herdiansyah (2013:31) wawancara merupakan sebuah proses dalam komunikasi yang dilakukan oleh dua orang, dengan maksud kesediaan seorang informan. Biasanya arah pembincangannya sudah ditentukan tujuannya dan mengedepankan sebuah kepercayaan sebagai landasan utama dalam suatu proses pemahaman. Wawancara ini dilakukan dengan praktisi *Public Relations* yang akan bertanggung jawab dalam pengelolaan media social Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

2. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi ialah langkah pertama yang dilakukan dalam kegiatan penelitian. Observasi dilaksanakan dengan jelas dan sangat terperinci, observasi kualitatif dilaksanakan atas situasi sebenarnya. Kaelan (2012:100) berpendapat bahwa merupakan suatu salah satu teknik akuisisi data yang paling penting dalam penelitian. Penelitian kualitatif serta observasi adalah kegiatan serta aktifitas mengamati secara langsung apa yang sedang diselidiki untuk mengetahui mengenai kebenaran, kondisi, situasi, dan makna pada proses pengumpulan data. Observasi memungkinkan Anda mempelajari dan menganalisis tindakan dan artinya, serta menafsirkan data dan fakta lapangan.

Penelitian ini dilakukan dengan cara metode partisipatori pasif, dimana penelitian dilakukan secara turun langsung ke tempat atau lapangan dengan tujuan agar bisa mendapatkan penjelasan tentang data-data yang pasti diperlukan oleh peneliti, tetapi didalam hal ini tidak akan

terlibat dalam aktivitas kehumasan yang mengelola media social instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Jenis observasi yang akan dilakukan dengan cara observasi tidak langsung. Dalam hal ini hanya bisa mengamati tempat lokasi penelitian hanya dalam waktu waktu tertentu saja. Metode ini bertujuan supaya dapat lihat serta mengamati langsung keadaan dalam pengelolaan media social instagram tersebut.

3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data atau arsip-arsip penting yang disimpan oleh suatu lembaga. Data-data tersebut berbentuk surat-surat, catatan, laporan, foto serta yang lainnya. Data-data ini merupakan data utama yang tidak terikat oleh waktu dan ruang, maka dari itu dapat diketahui sesuatu yang terjadi dimasa lalu. Bentuk-bentuk dari dokumentasi yaitu seperti berbentuk kliping, catatan, surat-surat, buku, foto, dan lain-lain.

Studi dokumen merupakan hal yang penting bagi penggunaan metode observasi dan wawancara dikarenakan apabila didukung oleh studi dokumentasi, maka hasil penelitian observasi atau wawancara akan lebih dipercaya dan kredibel jika didukung dengan dokumentasi-dokumentasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan data dokumentasi dalam bentuk foto dan informasi melalui website resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Kota Bandung, maka dari itu dengan adanya dokumentasi tersebut akan memudahkan penelitian.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pelaksanaan penentuan keabsahan data dalam penelitian ini berdasarkan pada kriteria tertentu. Moleong (2009:324), diperlukan teknik pemeriksaan dalam keabsahan data berdasarkan jumlah kriteria tertentu. Pelaksanaan Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi merupakan Teknik keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu diluar data sebagai pembanding terhadap data yang ada.

Triangulasi ini berarti diartikan sebagai data dari beberapa sumber dengan berbagai cara dan juga waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi Teknik, dimana saat peneliti sudah mendapatkan hasil wawancara lalu di cek dengan menggunakan hasil observasi dan dokumentasi, dari hasil ketiga data tersebut nantinya akan membuahkan sebuah kesimpulan terkait Pengelolaan yang dilakukan Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk bisa meningkatkan citra lembaga.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis yang didapatkan dari hasil observasi serta wawancara, kemudian memaparkan kedalam kategori menyusun menggunakan format, memilih mana yang utama untuk dipelajari dan yang terakhir yaitu memberikan

kesimpulan. Analisis data kualitatif merupakan cara berfikir yang dimulai dari hal-hal yang empiris (khusus) kepada tataran konsep (umum). Dilaksanakannya teknik analisis data yaitu untuk dapat mengetahui kekurangan dalam penelitian seperti perlunya beberapa pertanyaan yang perlu diajukan, metode seperti apa yang harus digunakan dan mencari sebuah kesalahan yang perlu diperbaiki. Ada beberapa cara yang perlu dilakukan dalam menganalisis data, diantaranya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah sebuah proses pengumpulan data yang didapatkan dilapangan dan dianalisis dengan memilih hal yang pokok sesuai dengan focus penelitian, kemudian membuat tema untuk melihat sebuah gambaran dari hasil penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah pemberian gambaran secara menyeluruh dalam berbagai bentuk yang bisa memudahkan dan menguasai data yang didupatkannya.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah memilih data dan juga telah digambarkan secara keseluruhan dengan sesuai focus penelitian yang akan dibahas, maka dari itu bisa disimpulkan secara jelas sehingga mendapatkan makna dari data yang diperoleh.