

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk gambar, suara dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua kiriman dan publikasi yang bersifat *real time*, memungkinkan semua anggota pemilik akun media sosial untuk berbagi informasi apa yang sedang terjadi. Kehadiran situs jejaring sosial digunakan untuk mempublikasikan konten, seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat publik yang berperan juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Fasilitas yang disediakan jejaring sosial dapat dimanfaatkan pengguna untuk mengungkapkan apa yang sedang disaksikan atau dialami, bercerita tentang keadaan di sekitar dirinya, hingga pendapatnya terhadap suatu isu.

Berdasarkan data dari DATAREPORTAL (2022) pengguna internet di Indonesia hingga bulan Januari 2022 mencapai 204.7 Juta jiwa dari total penduduk 277.7 Juta jiwa yang menggambarkan penetrasi penggunaan internet di Indonesia mencapai 73.7% dan pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 68.9% dari total jumlah penduduk. Penggunaan media sosial banyak digunakan oleh masyarakat dikarenakan informasi dengan mudah untuk diakses dan disebarluaskan. Tingginya pengguna media sosial di Indonesia membuat lembaga menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan digunakan untuk menyebarkan informasi.

Media sosial digunakan juga sebagai media untuk memperoleh publisitas dengan berbagi informasi berupa berita, program terkini, pencapaian, atau informasi mengenai lembaga yang dianggap perlu disebarluaskan kepada masyarakat sebagai komunikasi publik dan komunikasi strategis. Humas sendiri tidak hanya berfokus pada pencitraan semata, melainkan juga adanya komunikasi timbal balik dan saling pengertian antara perusahaan dan publik. Setiap badan publik diharuskan melaksanakan pengelolaan informasi dan dokumentasi yang dapat menjamin ketersediaan informasi yang didapatkan secara mudah, cermat, cepat dan akurat. Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 2010 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Pengelolaan media sosial oleh humas dilakukan dalam lembaga dan perusahaan dalam melakukan komunikasi, edukasi, promosi, diseminasi dan berinteraksi dengan publik melalui jaringan komunikasi elektronik yang tersedia. Media sosial dimanfaatkan oleh humas untuk mencegah terjadinya disinformasi yang dapat membentuk opini publik terhadap lembaga yang terkadang digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk menyebar konten-konten negatif seperti berita bohong, ujaran kebencian, fitnah, provokasi dan menghasut yang bisa berdampak langsung terhadap lembaga atau perusahaan.

Informasi dalam media sosial menjadi komoditas yang di konsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lainnya membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya

bermuara pada institusi masyarakat berjejaring. Banyak informasi yang bisa di akses dari akun media sosial, mulai dari data pribadi, kapan bergabung di media sosial, kumpulan foto yang di unggah, lokasi mana yang di kunjungi, sampai kepada siapa saja pengguna membentuk jaringan pertemanan. Afifuddin (2022: 15) menjelaskan bahwa Kehadiran media sosial dan kekuatan khalayak dalam memproduksi informasi merupakan “pesaing” bagi institusi media massa dalam praktik jurnalisme. Keberadaan media sosial tidak banyak dipandang menjadi media untuk bersosial saja bagi penggunanya, namun secara sederhana sudah menjadi saluran pemberitaan yang bisa menjadi saluran alternatif dibandingkan media massa yang selama ini telah ada.

Jaringan komunikasi elektronik berkembang menjadi sebuah tempat untuk menyebarkan informasi melalui media yang paling mudah dalam menjangkau masyarakat yaitu media sosial. Permasih, et.al. (2018: 26) menjelaskan bahwa dalam mengakses media sosial sangat mudah dan murah daripada media konvensional. Media sosial selalu dapat di akses oleh siapa pun dan kapan pun selama terhubung dengan jaringan. Pada era media digital saat ini, penggunaan media sosial menjadi cara dalam pengelolaan informasi yang dipilih untuk memberikan informasi kepada publik. Humas dalam lembaga pemerintahan menjadi penghubung antar lembaga pemerintah, non pemerintah, media, aparaturnya serta publik yang berperan dalam mengumpulkan, mengelola dan mendesiminasikan informasi yang berkaitan dengan program, kebijakan, aktivitas dan capaian yang di raih oleh lembaga hingga mengamati respons dan opini yang berkembang di masyarakat terhadap lembaga.

Salah satu media sosial yang lazim dimanfaatkan masyarakat di antaranya adalah YouTube. Dikutip dalam CNN Indonesia (2022) yang memuat artikel mengenai hasil survei yang dilakukan oleh Populix dengan studi yang bertajuk *Social Media Habit and Internet Safety* yang dilakukan untuk melihat kebiasaan masyarakat Indonesia dalam media sosial dengan menjelaskan bahwa YouTube sebesar 94% menempati posisi sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. YouTube merupakan situs menyimpan dan berbagi video, terutama video dengan durasi yang panjang bahkan hingga lebih dari dua jam. YouTube bahkan menjadi saingan dan digadang-gadang akan menggeser popularitas televisi. pengunjung YouTube setiap bulan mencapai miliaran pengguna.



Gambar 1.1 Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI

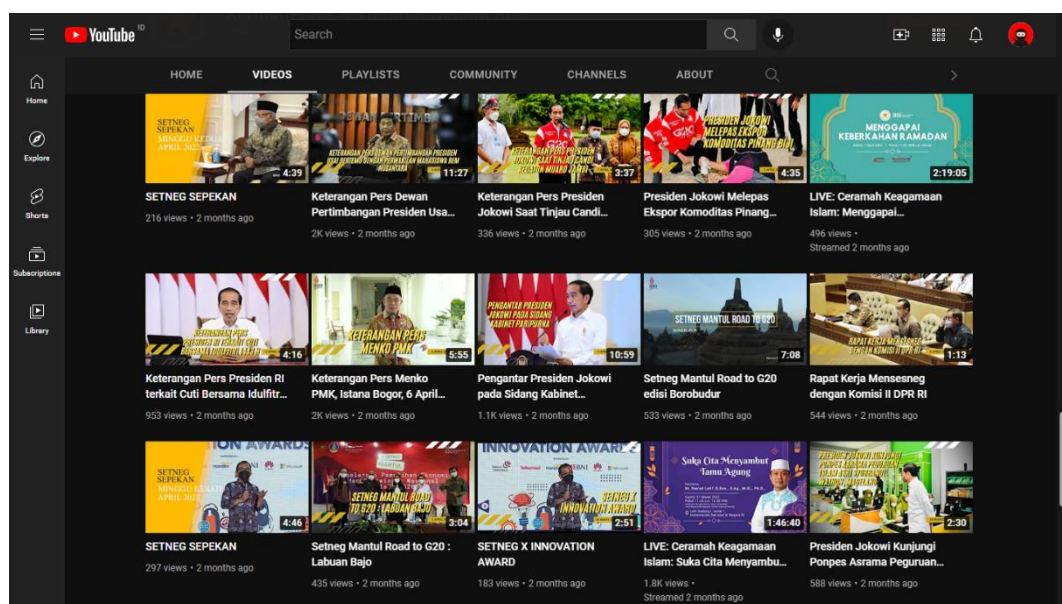
Sumber: https://www.YouTube.com/channel/UCUZIgAVuVq_YEUeOAxwrlTQ/featured

Media sosial menjadi cara baru bagi lembaga untuk terhubung dengan masyarakat. Pada lembaga pemerintah diharuskan memiliki perencanaan dan pengelolaan yang baik serta terukur. Informasi yang dibuat oleh lembaga pemerintahan mempunyai tuntutan yang tinggi karena merupakan representasi negara dan lembaga seperti yang dilakukan oleh Kementerian Sekretariat Negara

pada kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI yang dimanfaatkan sebagai media informasi dan publikasi. Penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintahan juga merupakan sebuah amanat dari Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Pasal 7 yang mewajibkan setiap badan publik untuk membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik secara baik dan efisien sehingga layanan informasi dapat memberikan akses dengan mudah. Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 2010 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. Pratiwi (2021) menjelaskan bahwa sebagai wujud perkembangan teknologi informasi, media sosial tentu menawarkan berbagai manfaat bagi para penggunanya salah satunya adalah manfaat media sosial bagi Humas Pemerintah. Humas pemerintah dapat menjadikan media sosial sebagai platform untuk menjalankan komunikasi publik dan juga untuk menjalankan komunikasi strategis. Media sosial untuk pemerintahan juga merupakan salah satu inovasi tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan teknologi dan menjadi salah satu jalan keluar permasalahan yang ada di masyarakat.

Kementerian Sekretariat Negara merupakan Lembaga pemerintah pusat yang dipimpin oleh Menteri Sekretaris Negara, dan berkedudukan di bawah serta bertanggung jawab kepada Presiden. Sejak awal dibentuknya hingga sekarang, tugas Kementerian Sekretariat Negara pada umumnya adalah memberikan dukungan teknis, administrasi, dan analisis kepada Presiden dan Wakil Presiden dalam menyelenggarakan kekuasaan Negara. Kementerian Sekretariat Negara

membawahi empat kesekretariatan yang di antaranya adalah Sekretariat Kementerian yang terdapat Biro Hubungan Masyarakat dengan tugas yaitu melaksanakan pengelolaan dan pelayanan informasi publik, monitoring dan analisis media terkait kegiatan Presiden, Wakil Presiden, dan Kementerian Sekretariat Negara, serta diseminasi informasi kehumasan dan pemberitaan Kementerian Sekretariat Negara.



Gambar 1.2 Jenis Informasi Video Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI
 Sumber: https://www.youtube.com/channel/UCUZIgAVuVq_YEUeOAxwrlTQ/videos?view=0&sort=dd&flow=grid

Peran Biro Hubungan Masyarakat dalam pengelolaan dan pelayanan informasi publik, monitoring dan analisis media membawahi yaitu bidang pengelolaan informasi publik dan diseminasi informasi, bidang monitoring dan analisis media serta bidang peliputan dan dokumentasi. Kementerian Sekretariat Negara mengelola beragam media sosial yang terdiri dari Twitter, Instagram, Facebook dan YouTube. Kanal YouTube bernama Kementerian Sekretariat Negara RI yang telah memiliki 185 ribu *subscribers* dengan jumlah 3.447 unggahan berbentuk audio-visual. Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI

dibentuk pada 24 April 2016 yang memuat beragam informasi mengenai terkait kegiatan Presiden, Wakil Presiden, Menteri Sekretaris Negara dan Kementerian Sekretariat Negara.

Pengelolaan kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI dilakukan oleh Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara meliputi media perencanaan strategi komunikasi, pengelolaan, hingga monitoring dan evaluasi performa media sosial YouTube. Peranan Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara dalam pengelolaan kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI ialah menyelenggarakan fungsi koordinasi pengelolaan, pelayanan, dan dokumentasi informasi publik yang berada di bawah penguasaan Kementerian Sekretariat Negara. Berdasarkan data pra-penelitian yang dikutip SAL, et.al, (2021) Eddy Cahyono Sugiarto selaku Kepala Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara, melaksanakan penyampaian paparan sebagai narasumber yang digelar oleh Ikatan Pranata Humas yang bertema “Peran Pranata Humas dalam Mengawal Kebijakan Pemerintah di Era Digital”. Beliau memaparkan bahwa dalam membangun kepercayaan publik, Humas Pemerintah harus memiliki lima kemampuan strategis seperti kompetensi, pemahaman tren, kolaborasi, personalisasi konten, dan integritas dengan mengakselerasi transformasi digital menuju Humas 4.0, dimana sebelumnya praktik humas konvensional dengan aktivitas utama konferensi pers, *press* release, peliputan dokumentasi, menyebarkan rilis kepada wartawan-wartawan, kini telah berubah, dengan mengoptimalkan pemanfaatan digitalisasi, *internet of things* (IOT) dengan inovasi kerja cara kerja baru kekinian dalam menyampaikan pesan.

Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI dimanfaatkan sebagai media untuk memperoleh publisitas dengan berbagi informasi berupa berita, program terkini, pencapaian, atau informasi mengenai lembaga yang dianggap perlu disebarluaskan kepada masyarakat sebagai komunikasi publik dan komunikasi strategis. Berdasarkan data pra-penelitian yang dikutip SAL & KHA (2021), Akhmad Firmannamal selaku Analis Humas dan Protokol Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara dalam acara *virtual knowlegde sharing* dengan tema “Inovasi dan *Best Practice Digital Public Relations*” menjelaskan bahwa pemerintah dalam memiliki media sosial bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan reputasi, menjadi sarana media komunikasi dua arah untuk berkomunikasi dan merespons secara langsung, serta menjangkau publik yang luas, dengan adanya media sosial, maka dapat melakukan komunikasi lintas budaya dan generasi dengan gratis.

Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara bidang Peliputan dan Dokumentasi berperan aktif dalam memberikan beragam informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Presiden, Wakil Presiden, Menteri Sekretaris Negara dan Kementerian Sekretariat Negara pada Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI berdasarkan Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang Menegaskan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh Informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, seperti yang tertulis pada kolom deskripsi Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI “Pastikan kontribusi Anda bagi pembangunan Indonesia, dengan mengawasi berbagai kerja nyata yang dilakukan

Pemerintah”. Hal tersebut menjadikan YouTube sebagai tempat bagi Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara dalam melakukan komunikasi dengan publik melalui Jaringan komunikasi elektronik. Firmannamal (2019) menjelaskan media sosial memungkinkan para praktisi humas pemerintah untuk menginformasikan dan mendapatkan masukan serta opini dari publik secara cepat dan akurat dengan meminimalisir terjadinya distorsi atau *noise* dalam melewati gerbang birokrasi yang tentunya penggunaan strategis media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk menunjukkan kinerja serta evaluasi proyek pemerintah. Sudah saatnya humas pemerintah mulai mengikuti pola komunikasi yang adaptatif dalam menyikapi perubahan teknologi komunikasi kekinian.

YouTube memberikan tampilan yang berbentuk audio-visual yang biasa disebut dengan video. Beragam pesan yang dimuat dalam video tersebut dapat mengundang respons publik yang berbeda sehingga memungkinkan timbul adanya interaksi antara publik dengan lembaga. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten, pesan, interaksi, dan publik pada YouTube saling berhubungan, Hal tersebut harus dikelola lembaga agar informasi yang di publikasikan suatu lembaga dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat.

Tingginya pengguna media sosial YouTube di Indonesia dengan menempati posisi pertama membuat banyak daripada lembaga pemerintahan dan perusahaan termasuk di dalamnya Kementerian Sekretariat Negara yang menggunakan YouTube sebagai media informasi dan publikasi dengan beragam informasi kegiatan seputar presiden, wakil presiden dan kementerian itu sendiri. Studi kajian dalam pengelolaan kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI akan

bermanfaat dalam kegiatan *Digital Public Relations* dalam menyebarkan informasi dengan membuat sebuah pesan yang berbentuk audio-visual melalui jaringan komunikasi elektronik sehingga terbangun sebuah hubungan interaktif antara lembaga dengan publiknya. Pengelolaan YouTube secara aktif oleh biro humas Kementerian Sekretariat Negara masih terus dilakukan dalam upaya untuk penyebaran pesan dengan berbagai tujuan kepada publiknya.

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian diatas, peneliti terdorong untuk melangsungkan studi mendalam dengan judul Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Pada Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara) untuk memberikan gambaran tentang tata cara humas menjalankan pengelolaan media sosial YouTube sebagai Media Informasi dan Publikasi. Ketertarikan peneliti dalam pengambilan konsep humas dalam Pengelolaan Media Sosial YouTube karena dalam lembaga pemerintah diharuskan memiliki perencanaan dan pengelolaan yang baik serta terukur dan segala Informasi yang dibuat dan disebarluaskan oleh humas di pemerintahan mempunyai tuntutan yang tinggi karena merupakan representasi negara dan lembaga. Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara menggunakan YouTube sebagai media informasi dan publikasi didasarkan atas tingginya pengguna media sosial dalam mengakses YouTube yang membuat penyebaran informasi dapat secara langsung disebarkan kepada publik tanpa melalui perantara.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini menekankan untuk memahami dan mengetahui Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi seperti yang telah di paparkan pada bagian latar belakang. Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada latar belakang, adapun pertanyaan penelitian yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas *Share* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara?
2. Bagaimana aktivitas *Optimize* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara?
3. Bagaimana aktivitas *Manage* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara?
4. Bagaimana aktivitas *Engage* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati pemahaman mengenai Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aktivitas *Share* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara.
2. Untuk mengetahui aktivitas *Optimize* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara.

3. Untuk mengetahui aktivitas *Manage* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara.
4. Untuk mengetahui aktivitas *Engage* dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai media informasi dan publikasi Kementerian Sekretariat Negara.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan pembelajaran dalam pengembangan Ilmu Komunikasi pada aspek hubungan masyarakat mengenai Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi yang dikelola oleh Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara, serta pada penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber rujukan bagi kalangan mahasiswa dalam menerapkan konsep *Digital Public Relations* yang berkaitan dengan kondisi di lapangan mengenai Pengelolaan Media Sosial YouTube sebagai Media Informasi dan Publikasi yang dilakukan oleh Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi yang dilakukan oleh praktisi Humas dalam Pengelolaan Media Sosial YouTube Sebagai Media Informasi dan Publikasi Kementerian Sekretariat Negara serta dapat menjadi bahan literatur dan bahan pustaka dengan konsep serupa. Penelitian ini diharapkan juga dapat digunakan sebagai rekomendasi dan evaluasi bagi Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara dalam pengelolaan media sosial YouTube sebagai Media Informasi dan Publikasi melalui Kegiatan *Share, Optimize, Manage* dan *Engage*.

1.5 Hasil Penelitian Yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan dan referensi dalam melakukan penelitian yang dimaksudkan supaya dapat menambah pemahaman teori serta pengetahuan yang digunakan dalam pengkajian pra-penelitian. Peneliti mengacu beberapa penelitian dengan konsep utama Aktivitas Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial sebagai bahan referensi, Berikut adalah daftar hasil penelitian sebelumnya dalam bentuk jurnal, skripsi dan tugas akhir:

1. Penelitian dalam bentuk skripsi oleh Belda Ajeng Pertiwi pada tahun 2019 dari Universitas Pasundan yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Daily Folks Coffee Melalui Media Sosial Instagram” yang menggunakan konsep *The Circular Model of Some*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan humas dalam proses strategi pemasaran melalui pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Daily Folks Coffee.
2. Penelitian dalam bentuk skripsi oleh M. Friyanto Pratama pada tahun 2021 dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau” yang menggunakan teori 4C. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau baik dalam segi Konteks, Komunikasi, Kolaborasi dan Koneksi.
3. Penelitian dalam bentuk jurnal oleh Alfian Romadhoni, Hanny Hafiar dan Kokom Komariah dari Universitas Padjadjaran dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Desember 2017 yang berjudul “Pengelolaan Instagram

@Humas_Jabar Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat” yang menggunakan konsep *The Circular Model of Some*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana pengelolaan media sosial Instagram @Humas_Jabar oleh bagian hubungan masyarakat Pemprov Jawa Barat yang meliputi proses *share, optimize, manage* dan *engage*.

4. Penelitian dalam bentuk jurnal oleh Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin dan Abdul Aziz Ma'arif dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati dalam Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, Volume 3, Nomor 1, Februari 2018 yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat” yang menggunakan konsep Konsep *four step public relations*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam upaya pemenuhan informasi bagi publik melalui akun Instagram @humas_jabar yang mencakup *defining the problem, defining the problem, taking actions and communicating* dan *evaluating*
5. Penelitian dalam bentuk jurnal oleh Tri Baskara dan Menati Fajar Rizki dari Universitas Negeri Jakarta dalam jurnal Journal of Strategic Communication, Volume 10, Nomor 1, September 2019 dengan judul “Proses Publikasi Humas Badan Nasional Pengelola Perbatasan Pada Akun Media Sosial Instagram” yang menggunakan Teori P.O.A.C dan media baru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses publikasi oleh divisi Humas BNPP pada akun Instagram serta hambatannya.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Belda Ajeng Pertiwi Skripsi (2019) Universitas Pasundan	Strategi Komunikasi Pemasaran Daily Folks Coffee Melalui Media Sosial Instagram	Model : <i>The Circular Model of Some</i> Metode : Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penerapan model <i>The Circular Model of Some</i> dalam penggunaan media sosial.	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran dengan menggunakan media sosial.
2.	M. Friliando Pratama Skripsi (2021) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim	Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau	Teori : 4C Metode : Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini memiliki kesamaan untuk mengetahui Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik.	Penelitian ini membahas mengenai Konteks, Komunikasi, Kolaborasi dan Koneksi dalam pengelolaan media sosial sebagai media informasi publik.

3.	<p>Alfian Romadhoni, Hanny Hafiar dan Kokom Komariah Jurnal (2017)</p> <p>Universitas Padjadjaran</p>	<p>Pengelolaan Instagram @Humas_Jabar Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat</p>	<p>Model : <i>The Circular Model of Some</i></p> <p>Metode : Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesaamaan dalam konsep utama menggambarkan bagaimana pengelolaan media sosial pada Lembaga pemerintahan.</p>	<p>Penelitian ini memiliki perbedaan pada lokasi dan objek penelitian yang mengacu pada media sosial Instagram.</p>
4.	<p>Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin dan Abdul Aziz Ma'arif Jurnal (2018)</p> <p>Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati</p>	<p>Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat</p>	<p>Model : <i>four step public relations</i></p> <p>Metode : Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesaamaan dalam konsep utama menggambarkan bagaimana pengelolaan media sosial pada Lembaga pemerintahan.sebagai pemenuhan informasi bagi publik</p>	<p>Penelitian ini memiliki perbedaan pada lokasi, model dan objek penelitian yang mengacu pada media sosial Instagram.</p>

5.	<p>Tri Baskara dan Menati Fajar Rizki Jurnal (2019)</p> <p>Univeristas Negeri Jakarta</p>	<p>Proses Publikasi Humas Badan Nasional Pengelola Perbatasan Pada Akun Media Sosial Instagram</p>	<p>Model : <i>P.O.A.C</i> dan <i>New Media</i></p> <p>Metode : Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini memiliki kesamaan tentang bagaimana humas dalam melaksanakan proses publikasi.</p>	<p>Penelitian ini untuk mengetahui proses publikasi oleh divisi Humas BNPB pada akun Instagram serta hambatannya.</p>
----	---	--	--	--	---

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis dipergunakan sebagai penjelasan tambahan tentang penelitian ini. Segala unsur – unsur variabel yang ada dalam penelitian dapat diuraikan secara lebih tersusun serta terarah. Semua unsur dalam penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan secara komprehensif kepada para pembaca, dimaksudkan untuk dapat lebih memahami mengenai sumber yang didapatkan serta tujuan dari penelitian ini. Sugiyono dikutip dalam Garcia (2021: 8) menjelaskan landasan teori merupakan alur logika atau penalaran yang berupa serangkaian konsep, definisi, dan proporsi yang disusun secara sistematis. Landasan teoritis membantu menghubungkan dan menganalisis data sesuai fokus penelitian yang telah ditetapkan.

Penelitian ini lebih menitikberatkan pada penerapan model *The Circular Model of SoMe for Social Communication* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell, Ph.D. yang merupakan seorang pakar humas dan sosial media di Universitas Syracuse, New York, Amerika Serikat. *The Circular Model of SoMe for Social Communication* merupakan sebuah model untuk memudahkan para praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial. Luttrell (2015: 40) Secara lebih sederhana pendekatan dalam memahami penerapan perencanaan media sosial *The Circular Model of SoMe for Social Communication* ini didasari pada pemikiran fundamental dari Cluetrain Manifesto dan Grunig yaitu *two way symmetrical model of communication*.



Gambar 1.3 Bentuk dan Alur *The Circular Model of SoMe*

Sumber: <https://ginaluttrellphd.com/the-circular-model-of-some-for-social-communication/>

Terdapat empat aspek dalam model ini, keempat aspek tersebut memiliki kekuatan dalam bagiannya masing-masing, tetapi secara bersamaan aspek ini memungkinkan untuk dikembangkan menjadi strategi. Model ini dibuat melingkar karena media sosial adalah percakapan yang terus berkembang, ketika sebuah lembaga menyebarkan (*sharing*) sesuatu mereka juga dapat mengelola (*manage*) atau melibatkan (*engage*) dan mengoptimalkan (*optimize*) pesan secara bersamaan. Luttrell (2015: 41) mendeskripsikan empat aspek dalam *The Circular Model of SoMe for Social Communication*, Yaitu:

1. *Share*

Media sosial melalui jaringan sosial membantu semua orang untuk berhubungan dengan orang lain dan berbagi minat yang sama. Proses ini merupakan bentuk upaya lembaga atau perusahaan dalam mempublikasikan informasi suatu lembaga atau perusahaan dengan berbagai macam bentuk melalui situs jejaring sosial yang terdiri atas Facebook, Instagram, Pinterest, Myspace, LinkedIn, YouTube, Vimeo dan lain sebagainya. Sebelum kegiatan *share* dilakukan, lembaga atau perusahaan diharuskan membuat akun media

sosialnya sendiri dan mengetahui karakteristik publiknya seperti apa. Hal ini membantu organisasi agar dapat membagikan pesan kepada publiknya secara tepat sehingga membangun interaksi, kepercayaan, saling memahami dan mengenal antara organisasi dengan publik yang bersangkutan. Singkatnya pada aspek *Share* ini pengelola akan memiliki sebuah pertanyaan seperti, di mana pemirsa saya?, Jenis jaringan apa yang mereka gunakan?, dan di mana kita harus berbagi konten?. Dalam bagian ini bertujuan untuk membantu proses lembaga atau perusahaan untuk terhubung dengan publiknya secara tepat.

2. *Optimize*

Untuk mengoptimalkan informasi, lembaga atau perusahaan harus mendengarkan apa yang dikatakan dan belajar dari informasi yang dibagikan. Suatu lembaga atau organisasi harus mengetahui dan terlibat dalam perbincangan publik sehingga dapat mengoptimalkan pesan yang dibagikan. Peran Lembaga dan perusahaan untuk menyampaikan informasi atau pesan mengenai suatu topik yang sedang diperbincangkan oleh publik baik berkaitan secara langsung dengan organisasi maupun yang tidak berkaitan namun akan memberi peluang organisasi itu terlihat di hadapan publiknya. Pada aspek *Optimize* terdapat pertanyaan bagi pengelola berupa, apakah ada masalah yang perlu ditangani?, Jenis konten apa yang harus dibagikan?, Apakah kita memiliki orang yang berpengaruh terhadap perusahaan dan pendukung?, Di mana kita sedang diperbincangkan dan bagaimana?. Dalam bagian ini bertujuan untuk lembaga atau perusahaan dalam menentukan jenis konten apa

yang harus dibuat dan dipublikasikan dengan perencanaan yang kuat sehingga pesan yang disampaikan dapat akan berdampak maksimal.

3. *Manage*

Percakapan yang terjadi pada situs sosial terjadi dengan cepat dalam hitungan detik, maka dari itu organisasi harus merespons secara cepat dan tepat agar mencegah timbulnya atau meluasnya isu yang negatif mengenai organisasi. Proses ini perlu dilakukan interaksi secara nyata yang dibangun oleh organisasi dengan publik dalam mengelola bahkan menjawab pertanyaan dari publik. Pada aspek *Manage* pengelola akan memiliki pertanyaan mengenai, apa pesan yang relevan yang harus kita kelola, pantau, dan ukur?. *Manage* tentunya akan lebih efektif jika dibantu dengan aplikasi pada pihak ketiga yang akan mengikuti percakapan yang terjadi di *real-time*, menanggapi publik langsung, mengirim pesan pribadi, berbagi link, memantau percakapan dan mengukur keberhasilan atau kegagalan. Dalam bagian ini bertujuan agar lembaga atau perusahaan memantau dan memahami berbagai tanggapan atau isu yang muncul diperbincangkan oleh publik khususnya isu yang berkaitan penilaian publik terhadap organisasi.

4. *Engage*

Terlibat dalam percakapan dengan publik dan orang yang berpengaruh adalah komponen yang paling penting untuk strategi sosial. Sebuah organisasi harus berada dimana publik berada. Lembaga atau perusahaan dalam mempublikasikan informasi bertujuan untuk memberikan penerangan dan membangun interaksi dengan publiknya. Pada tahapan ini terdapat pertanyaan

bagi pengelola di antaranya, siapa yang kita libatkan dan bagaimana? Apakah kita ingin publik untuk mengambil tindakan pada apa yang telah kita bagikan? Jika demikian, apa yang kita ingin mereka lakukan?. Mengelola sebuah *Engagement* yang besar pada pesan yang disebar dapat dengan melibatkan publik maupun *Influencer* yang membuat publik tertarik. Dalam bagian ini bertujuan pada proses membangun hubungan dengan publik melalui pembuatan konten yang menarik atau sedang hangat dimasyarakat.

Penelitian ini menggunakan *The Circular Model of SoMe for Social Communication* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell karena model tersebut memaparkan secara khusus dan konkret mengenai proses pengelolaan media sosial yang dapat terlihat dalam empat tahap di atas. Kementerian Sekretariat Negara merupakan salah satu kementerian yang memberikan dukungan teknis, administrasi, dan analisis kepada Presiden dan Wakil Presiden dalam menyelenggarakan kekuasaan Negara yang memanfaatkan YouTube sebagai sarana Media Informasi dan Publikasi bagi Presiden, Wakil Presiden, Menteri Sekretaris Negara dan Kementerian Sekretariat Negara. Pengelolaan Media Sosial YouTube dilakukan agar aktivitas *share*, *optimize*, *manage* dan *engage* pada Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI dapat memberikan informasi yang diperlukan publik dan sebagai alat untuk memperoleh publisitas.

1.6.2 Landasan Konseptual

1.6.2.1 Humas Pemerintah

Humas dalam lembaga pemerintahan merupakan penghubung penting antara masyarakat dan pemerintah. Seorang humas dalam lembaga pemerintahan harus bisa menguasai keahlian komunikasi yang baik dalam memahami menyeluruh mengenai kultur, kebijakan, praktik dan konstituen lembaga yang berada di bawah ketentuan undang – undang. Kegiatan humas pemerintah melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi untuk menjaga hubungan yang responsif dengan publik atas dasar pemahaman bersama dan komunikasi dua arah yang konstan.

Humas dalam lembaga pemerintah tersebar kedalam beragam tubuh yang ada di pemerintahan seperti dalam kementerian lembaga, lembaga pemerintah non kementerian (LNPK), lembaga non struktural (LNS), sekretariat lembaga tinggi negara dan lembaga negara, pemerintahan provinsi, pemerintah kabupaten dan pemerintah kota. Suprawoto (2018: 48) menjelaskan bahwa Hubungan masyarakat di lingkungan pemerintah untuk selanjutnya disebut humas pemerintah adalah lembaga humas atau praktisi humas pemerintah melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi lembaga pemerintah.

Tugas inti daripada praktisi humas dalam lembaga pemerintahan untuk memberikan informasi. Cutlip, et.al, (2009: 468) mengartikan bahwa *Public Affairs* memiliki fokus dalam memberikan informasi kepada konstituen tentang aktivitas pemerintah dan layanan pemerintah. Secara langsung humas dalam pemerintahan berfungsi sebagai advokat publik yang menjadi pandangan umum bahwa pemerintah penuh dengan kekusutan birokratis yang selalu bertentang fungsi layanannya, jarang untuk melakukan komunikasi dan memahami isu yang dihadapi oleh konstituen. Praktisi humas dalam pemerintahan dapat menjadi aksesibilitas bagi lembaga yang ingin melangsungkan komunikasi dengan masyarakat yang mempresentasikan nilai, opini, aspirasi dan kepentingannya terhadap lembaga pemerintahan.

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Humas yang terdapat di lembaga pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun Humas Pemerintah juga melakukan hal yang sama dengan kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum seperti memberikan penerangan dan informasi mengenai yang telah diupayakan oleh suatu lembaga atau lembaga pemerintah yang bersangkutan.

1.6.2.2 Media Sosial

Media sosial adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial secara virtual melalui jaringan internet. Penggunaan media sosial lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan yang mempengaruhi cara pandang, gaya hidup, serta budaya suatu

bangsa. Media sosial merupakan sebuah media *Online* yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial ialah fitur berbasis situs yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audio-visual seperti Twitter, Facebook, Blog, YouTube, dan lainnya. Kotler & Keller (2016: 32) menjelaskan Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan sebaliknya.

Media sosial merupakan media yang berbasis pada jaringan komunikasi elektronik yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial terbuka bagi semua kalangan untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

1.6.2.3 Media Informasi dan Publikasi

Arus informasi yang begitu kuat serta perkembangan teknologi yang tak terbendung lagi membuat para praktisi humas harus tanggap dan cepat dalam menyesuaikan diri. Kini praktisi humas haruslah mampu menggunakan berbagai media di internet dan memanfaatkan berbagai alat komunikasi yang super canggih

untuk mengkomunikasikan pesan. Informasi dan komunikasi sudah merupakan kebutuhan bagi masyarakat untuk memperoleh pengetahuan dalam konteks apa pun. Salah satu keharusan bagi masyarakat untuk mengetahui sebuah informasi yaitu melalui keterbukaan informasi publik, maka layanan informasi publik sangat dibutuhkan oleh masyarakat tersebut.

Sebuah lembaga ke pemerintahan idealnya harus memiliki sebuah sarana komunikasi yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat dalam konteks ini sudah tentu adalah media. Penggunaan media sosial atau situs resmi agar bisa menjadi portal bagi masyarakat dalam mengakses segala informasi yang ada. Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Menegaskan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh Informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, dan menyimpan Informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia. Sobur dikutip dalam Shaleh & Furrie (2020: 10) menjelaskan bahwa media informasi merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media informasi juga dijelaskan sebagai alat untuk memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi yang sangat berperan penting bagi kehidupan masyarakat.

1.7 Langkah – Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian terletak di Kementerian Sekretariat Negara Jl. Veteran No. 17 – 18, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Provinsi DKI Jakarta, dengan objek penelitian pada Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara didasarkan pada salah satu aktivitasnya sebagai Pengelola Kanal YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI yang di pergunakan sebagai Media Informasi dan Publikasi.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

1.7.2.1 Paradigma

Penelitian ini menggunakan konstruktivistik atas dasar bahwa penggunaan paradigma ini melihat ilmu sosial sebagai suatu studi yang terorganisasi dari tindakan – tindakan yang mempunyai signifikansi secara sosial melalui pengamatan secara langsung dari perilaku sosial yang berkepentingan untuk menjalankan dunia sosial mereka. Neuman (2015: 115) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivistik merupakan upaya untuk memahami dan menjelaskan tindakan sosial yang bermakna. Penggunaan paradigma konstruktivistik memfokuskan pada penemuan tentang bagaimana sebuah realitas terbentuk dan dapat menggambarkan. Penggunaan paradigma konstruktivistik dalam penelitian diharapkan dapat melihat suatu peristiwa berdasarkan Realita yang ada namun bersifat majemuk dan maknanya berbeda bagi setiap individu.

1.7.2.2 Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berbentuk interpretatif yang melihat bahwa realitas sosial melambangkan sesuatu yang rumit, dinamis, bermanfaat, utuh serta interaktif. Neuman (2015: 68) menjelaskan bahwa Interpretif melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks dan makna yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial. Pendekatan interpretatif mencoba untuk menghasilkan interpretasi dan memahami reaksi subjektif dari individu. Penggunaan metode ilmiah tidak cukup untuk menjelaskan pengalaman manusia, namun diperlukan juga komponen kemanusiaan yang kuat dalam penelitian ini. Pendekatan ini telah menyesuaikan dengan teori dan model yang digunakan.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dalam upaya menggambarkan berupa suatu peristiwa yang sedang terjadi berdasarkan pada fakta – fakta yang tampak dan apa adanya. Suryana (2010: 15) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif dipergunakan dalam mencari unsur-unsur, ciri-ciri, sifat-sifat dalam suatu fenomena yang dimulai dengan mengumpulkan data, menganalisis data dan menginterpretasikannya yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan teknik survei, studi kasus, studi komparatif, studi tentang waktu dan gerak, analisis dokumenter dan analisis tingkah laku.

1.7.4 Jenis dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif dengan pendekatan interpretatif yang dapat memberikan fakta – fakta yang di dapatkan di lapangan secara empiris dengan bentuk secara verbal. Sugiyono (2019: 295) menjelaskan data kualitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar. Data penelitian yang diperlukan adalah jawaban dari wawancara atas pertanyaan penelitian yang sedang dilakukan dari Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sekretariat Negara. Data dapat berupa hasil wawancara dan dokumentasi yang mendukung penelitian ini.

1.7.4.2 Sumber data

Sumber data penelitian ini terbagi kepada dua bagian, yaitu data sekunder serta data primer. Data primer merupakan data yang diterima secara langsung, sedangkan data sekunder merupakan data yang peneliti peroleh berasal dari sumber yang telah ada. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono (2019: 456) menjelaskan bahwa data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer pada penelitian ini didapatkan secara langsung dari sumber kunci yang terdiri dari Penata Liputan Bidang Peliputan dan Dokumentasi serta Analisis Humas Bidang Pengelolaan Informasi Publik dan Diseminasi Informasi. yang terlibat secara langsung pada Pengelolaan Media

Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi.

2. Sumber Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder pada penelitian ini didapatkan secara tidak langsung yakni melalui media yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan seperti catatan, laporan kegiatan, analitik serta situs yang terkait dan mendukung permasalahan dalam penelitian. Sugiyono (2019: 456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data dengan melalui dokumen.

1.7.5 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini merupakan individu yang bisa memberikan dan mengetahui informasi yang berkaitan dengan penelitian. Informan penelitian dapat berupa orang, objek ataupun lembaga yang sifatnya sedang diteliti.

1. Informan

Penelitian ini akan mengambil subjek informan merupakan ahli, menguasai, mengetahui serta terlibat dalam Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi, yaitu adalah informan kunci, Sari Ratna Nilam, S.Sos. dan Waluyo Sutomo, S.I.Kom. selaku Penata Liputan dan Nawang Wulansari, S.I.Kom. dan Akhmad Firmannamal, Ph.D. selaku Analisis Humas.

2. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini mengidentifikasi informan memakai penggunaan *Purposive Snowball Sampling*, yaitu suatu metode pengambilan sampel sumber data

berdasarkan berbagai pertimbangan yang berkaitan dengan studi kasus yang diteliti yang pada awalnya hanya mulai dengan populasi kecil dan akan memperluas sampel dengan meminta informan untuk menyarankan orang lain untuk berpartisipasi dalam pemenuhan informasi yang dibutuhkan. Informan yang dipilih berdasarkan pertimbangan merupakan seluruh pihak yang terlibat langsung dalam Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi. Alasan peneliti memilih teknik ini karena data yang dianggap kurang dapat ditambah dari informan lain.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang peneliti gunakan dalam memperoleh data secara tepat dan akurat menggunakan beberapa metode teknik pengumpulan data yang akan menunjang dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Observasi Partisipatori Pasif

Metode observasi digunakan untuk mengetahui dan mengamati Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi. Riyanto (2010: 12) menyebutkan bahwa observasi partisipasi pasif merupakan tindakan penelitian yang dilakukan apabila *observer* tidak ikut serta dalam ambil bagian kehidupan *observee*. Observasi yang dipilih ialah *Passive Participation Observation*, yang tidak terlibat secara langsung dan hanya mengamati yang terjadi di lapangan secara konkret.

2. Wawancara Mendalam

Metode wawancara digunakan sebagai cara dalam pengumpulan data dan pembuktian terhadap keterangan yang sudah didapatkan sebelumnya. Moleong

(2010: 186) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Wawancara dilakukan dengan teknik *in-depth interview* secara tatap muka dengan informan yang sudah ditentukan untuk menggali pengalaman dan pandangan mengenai Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi.

3. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan dokumentasi untuk melengkapi dan mengaktual data penelitian dengan menganalisis dokumen yang mendukung hasil observasi dan wawancara agar lebih kredibel. Sugiyono (2019: 476) menyebutkan dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, analitik dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Seluruh dokumentasi yang digunakan berhubungan dengan Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini memanfaatkan teknik triangulasi sumber dalam menentukan validitas data. Triangulasi sumber terdiri dari pengumpulan beberapa data dari sumber yang bermacam – macam sehingga data tersebut jenuh, tetapi menggunakan metode yang serupa untuk membandingkan tingkat keandalan informasi dari

sumber yang berlainan. Menurut Moleong (2010: 324), kriteria keabsahan data ada empat macam yaitu kredibilitas, keteralihan, ketergantungan dan kepastian.

Teknik triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara memeriksa data dengan hasil wawancara, memeriksa perkataan pribadi, memeriksa perkataan orang terkait keadaan penelitian dengan apa yang diutarakan informan sepanjang waktu penelitian, memeriksa keadaan dan cara pandang seseorang di berbagai kelas masyarakat, memeriksa hasil wawancara yang diperoleh dengan data suatu dokumentasi pendukung yang berkaitan.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan pada data yang bersifat verbal. Data berupa hasil dari kumpulan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan. Teknik analisis data merupakan proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Creswell (1998: 86) yang secara rinci menjelaskan bahwa:

1. Pengolahan data, Peneliti memulai dengan mendeskripsikan secara menyeluruh pengalamannya.
2. Membaca dan mengingat data, Peneliti kemudian menemukan pernyataan dalam wawancara tentang bagaimana orang-orang memahami topik, merinci

pernyataan - pernyataan tersebut dan perlakukan setiap pernyataan setara, serta kembangkan rincian tersebut dengan tidak melakukan pengulangan (*nonrepetitive*) atau tumpang tindih (*nonoverlapping*).

3. Menggambarkan data, Pernyataan-pernyataan tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam unit-unit pemaknaan (*meaning units*), peneliti merinci unit-unit tersebut dan menuliskan sebuah penjelasan teks (*textural description*) tentang pengalamannya, termasuk contoh-contohnya secara seksama.
4. Mengklasifikasi data, Peneliti kemudian merefleksikan pemikirannya dengan menggunakan variasi imajinatif atau deskripsi struktural, mencari keseluruhan makna yang memungkinkan dan melalui perspektif divergen, mempertimbangkan kerangka rujukan atas gejala dan mengonstruksikan bagaimana gejala tersebut dialami.
5. Interpretasi data, Peneliti kemudian mengonstruksikan seluruh penjelasannya tentang makna dan esensi pengalamannya.
6. Representasi dan visualisasi data, Dari deskripsi tekstural dan struktural individu, berdasarkan pengalaman tiap partisipan, peneliti membuat *composite description*.

Langkah-langkah analisis data dalam kualitatif ialah dengan menyediakan data mentah yang berupa transkrip, catatan lapangan dan pandangan peneliti sendiri, mengorganisir dan menyiapkan data yang akan di analisis, membaca seluruh data, melakukan koding, menyusun tema-tema dan deskripsi data, mengonstruksi antar tema, interpretasi dan memberi makna tema yang telah tersusun. Sugiyono

