

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Public Relations Online menjadi bagian dari praktisi *Public Relations* yang memanfaatkan jaringan internet sebagai sebuah metode. Bagi seorang praktisi *Public Relations*, kegiatan dari *Public Relations Online* adalah hal yang wajib dikuasai karena hal tersebut memiliki hubungan dengan lembaga atau instansi yang memanfaatkan jaringan internet untuk berinteraksi dengan publik dalam menjalin maupun menjaga hubungan. Praktisi *Public Relations Online* di era digital saat ini harus dapat menguasai *new media* dengan tujuan mempermudah menyampaikan informasi kepada publik. Salah satu bentuk *new media* yaitu media sosial.

Media sosial merupakan salah satu bagian dari *new media* yang menjadi wujud keterkaitan teknologi dan komunikasi. Kegiatan *Public Relations Online* banyak bentuknya dan salah satunya adalah pengelolaan media sosial. Media sosial dapat memudahkan publik dalam mengakses informasi dengan waktu yang cepat. Publik dapat dengan mudah menemukan informasi dalam media sosial dalam hal ini pada kanal *YouTube* yang merupakan bagian dari media sosial.

YouTube adalah situs yang memiliki fungsi untuk mengunggah video yang dapat kita perlihatkan kepada khalayak yang terhubung dengan jaringan internet. Video yang diunggah dapat dilihat oleh khalayak secara terus menerus selama video tersebut tidak dihapus dan khalayak dapat memberikan komentar dalam

kolom yang telah tersedia. Kehadiran *YouTube* juga menjadi media sosial terpopuler di Indonesia tahun 2021.

(Novianty, 2021) dalam Artikel dengan judul “*YouTube* Rajai Media Sosial di Indonesia” mengatakan bahwa berdasarkan riset yang dilakukan Hootsuite dan *We Are Social* pada Januari 2021 *YouTube* telah dinobatkan sebagai media sosial terpopuler yang digunakan masyarakat Indonesia. Tercatat, 98,5% dari 181,9 juta populasi memilih beraktivitas dengan menonton video *online* atau *streaming*. Artinya, 179,1 juta orang di Indonesia telah memanfaatkan internet untuk menonton video *online* di *YouTube*.

Penggunaan *YouTube* yang populer tentunya dimanfaatkan oleh lembaga maupun instansi pemerintah dengan membuat kanal *YouTube* untuk menyampaikan informasi kepada publik. Langkah ini juga dimanfaatkan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam menyebarkan informasi kepada publik khususnya warga Kota Bandung. Kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung aktif dalam meliput dan mengunggah dalam kanal *YouTube* miliknya.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapat dari kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yang bernama akun @HaloBandung, kanal *YouTube* tersebut dibuat pada tanggal 17 September 2013, memiliki 22,5 ribu *subscriber* dan telah ditonton sebanyak 7.670.299 kali. Peneliti melihat video-video dalam kanal *YouTube* tersebut mengunggah video pada bulan Desember 2020 berjumlah 32 video dalam 31 hari. Selanjutnya, pada bulan Januari 2021, berjumlah 37 video dalam 31 hari, sehingga penulis mengambil rata-rata

perharinya kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung mengunggah satu video setiap harinya. Kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung penulis lihat dalam segi jumlah penonton, memiliki jumlah penonton terbesar dalam satu video sebanyak 1500 penonton. Peneliti melihat video yang mendapat jumlah penonton banyak merupakan video yang memiliki tema tertentu.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapat dari kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, kanal tersebut berisi informasi mengenai video kegiatan Pemerintah Kota Bandung yaitu mengenai kegiatan Wali Kota Bandung M. Ridwan Kamil dan Wakil Wali Kota Bandung Oded M. Danial serta Sekertaris Daerah Kota Bandung Yossi Irianto pada periode 2013-2018, lalu Kegiatan Wali Kota Bandung Oded M. Danial dan Wakil Wali Kota Bandung Yana Mulyana serta Sekertaris Daerah Kota Bandung Ema Sumarna pada periode 2018-sekarang, dan mengunggah video mengenai kegiatan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Pemerintah Kota Bandung.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapat dari kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, selain mengunggah kegiatan pemerintahan kanal tersebut mengunggah juga video mengenai peringatan hari besar atau sejarah dan juga mengunggah video yang bersifat informatif namun menghibur sehingga tidak monoton.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapat dari kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, komentar yang terdapat pada video-video yang di unggah jarang sekali terlihat dibalas tau diberi tanggapan

oleh Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung menjadikan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung terlihat kurang berinteraksi dengan publik yang memberikan komentar.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti yang peneliti dapat dari hasil wawancara terhadap dua warga Kota Bandung yang bernama Mega Putri Hastuti (23) mengatakan bahwa *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung terkesan memiliki tampilan sangat formal namun video yang disuguhkan mengenai informasi atau kegiatan-kegiatan pemerintah Kota Bandung dapat dipahami. Difa Hasya Fadilah (20) mengatakan bahwa dengan hadirnya *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung membuat masyarakat yang dominan menggunakan sosial media *YouTube* dalam kesehariannya merasa terbantu dalam menerima informasi mengenai Kota Bandung dengan video yang diunggah oleh Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung (Hastuti & Fadilah, 2021).

Berdasarkan data pra penelitian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung sangat memanfaatkan media *online* dengan memiliki kanal *YouTube* @HaloBandung yang aktif mengunggah video setiap harinya dan video yang diunggah pun bersifat informatif serta sebagai bukti bahwa Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung menjalankan perannya untuk terbuka kepada publik dalam menginformasikan pemberitaan.

Berdasarkan data pra penelitian, pada tahun 2020, Humas Pemerintah Kota Bandung berhasil meraih penghargaan Indonesian Public Relations Award yaitu Indonesian Public Relations Award (AHI) 2020 kategori Pemerintah Kota

terpopuler di media digital, dan dianugerahkan kepada Pemerintah Kota (Pemkot) Bandung. AHI 2020 merupakan kompetisi memperebutkan kinerja kehumasan pemerintah seluruh kementerian, lembaga, pemerintah daerah, BUMN, BUMN dan BUMD se-Indonesia. AHI 2020 merupakan barometer pencapaian tertinggi Departemen/Biro/Humas/Dinas Kominfo. Sony Teguh Prasatya, Kepala Bagian Humas Setda Kota Bandung, bangga dengan pencapaian ini. Karena sepanjang tahun 2020 masih menjadi pandemi Covid-19, humas di Kota Bandung tetap bisa memainkan peran terbaiknya. Tak pelak, Pemerintah Kota Bandung masih memiliki posisi dominan dalam menghiasi pemberitaan di media digital. Selain itu, pemberitaan yang dirilis terutama mengenai Pemerintah Kota Bandung dan citra positif Kota Bandung (Budiaman, 2020).

Pada kesempatan yang sama, Ruri Rachmawati, Kepala Sub Bagian Data dan Informasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung mengungkapkan, penghargaan tersebut merupakan pelengkap rangkaian penghargaan yang diraih Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung selama tahun 2020. Penghargaan yang diraih sepanjang tahun 2020 antara lain Gold Winner sub kategori Pemerintah kota/kabupaten untuk Halo.Bdg Edisi Spesial HJKB, Gold Winner sub kategori Pemerintah kota/kabupaten untuk video profil Kota Bandung, dan Silver Winner sub kategori Pemerintah kota/kabupaten untuk E-Magazine Halo.Bdg (Budiaman, 2020).

Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung menggunakan *YouTube* sebagai media untuk menyebarkan informasi publik yang dikemas dengan menarik agar informasi yang diberikan dapat dengan jelas diterima oleh publik.

Alasan inilah yang membuat peneliti ingin lebih jauh lagi mengetahui tentang bagaimana pengelolaan *YouTube* @HaloBandung sebagai media informasi publik.

Penelitian ini diharapkan akan menjelaskan mengenai *four step Public Relations* dalam pengelolaan kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung melalui kegiatan *Public Relations Online*.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana identifikasi masalah Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung?
2. Bagaimana perencanaan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung?
3. Bagaimana komunikasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung?
4. Bagaimana evaluasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji:

1. Untuk mengetahui identifikasi masalah Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung.
2. Untuk mengetahui perencanaan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung.
3. Untuk mengetahui komunikasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung.
4. Untuk mengetahui evaluasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kanal *YouTube* @HaloBandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengategorikan kegunaan penelitian ini menjadi dua, yaitu:

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Penelitian ini diharapkan akan berguna bagi pembaca dalam menambah pemahaman dan memperluas pengetahuan di bidang komunikasi mengenai pengelolaan kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung pada keterbukaan informasi publik.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pustaka baik ditingkat fakultas maupun universitas lainnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca agar dapat mengetahui pengelolaan kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung pada keterbukaan informasi publik juga mengetahui proses dan langkah-langkah Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam menyebarkan informasi melalui kanal *YouTube @HaloBandung*.
2. Penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan bagi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam upaya pengelolaan kanal *YouTube @HaloBandung*.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian.

1. Skripsi “Realitas Kompas TV dalam Menggunakan *YouTube* sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita“

Penelitian tersebut ditulis oleh Galuh Garmabrata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena serta realitas apa saja yang terjadi pada proses penyebaran informasi (tayangan berita) melalui situs berbagi video, *YouTube*. Penelitian ini menggunakan pendekatan realitas sosial dari Max Weber dengan paradigma manajemen media massa dari Harold

D. Laswell dan Schramm yang mengutamakan tujuan dan motivasi dibalik pengaplikasian media baru pada salah satu strateginya (Garmabrata, Dimiyati, & Yusanto, 2018:22).

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deksriptif melalui paradigma post-positivis dengan melakukan teknik wawancara mendalam, observasi, serta studi dokumentasi. Data diperoleh dari hasil wawancara kepada bagian *Video Distribution, YouTube Strategist*, dan informan pendukung, yaitu orang yang mengakses tayangan berita KOMPAS TV di *YouTube*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yakni terletak pada penggunaan metode penelitian yakni kualitatif dengan pendekatan deskriptif di mana penulis pada penelitian hanya memaparkan kondisi lapangan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian diteliti yang akan diteliti oleh penulis yakni pada paradigma yang digunakan, penulis menggunakan konstruktivistik.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini, bahwa realitas yang terjadi pada KOMPAS TV dalam menggunakan *YouTube* untuk menyebarkan tayangan berita begitu beragam, dari mulai strategi yang digunakan oleh tim, penonton yang cukup puas dengan tayangan *YouTube*-nya, hingga beberapa hambatan yang ada pada proses pengelolaan hasil tayangannya.

2. Skripsi “Efektivitas *YouTube* Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada *Serambi on TV*)”

Penelitian tersebut ditulis oleh Ali Akbar, dalam penelitian ini yang menjadi latar belakang adalah efek *YouTube* untuk menyebarkan informasi, mengetahui efektivitas dan hambatan “*Serambi on TV*” dalam menyebarkan informasi melalui *YouTube*. Media sosial tersebut adalah kanal *YouTube* dengan berbagai konten video berita harian yang ditujukan untuk masyarakat umum dan khususnya daerah Aceh. Teori yang digunakan *uses and gratification* dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan informan yang dipilih adalah redaksi “*Serambi on TV*” dan 10 orang yang sering mengaksesnya (Akbar, 2018:2).

Persamaan penelitian yang ada adalah mengkaji mengenai pengelolaan kanal *YouTube* dalam menyebarkan informasi, namun yang membedakan adalah subjek penelitian, “*Serambi on TV*” berisi konten berita untuk umum dan masyarakat daerah Aceh, sedangkan kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung berisi bukan hanya berita saja, namun lebih bervariasi untuk umum dan khususnya warga Bandung. Dari sudut latar belakang penelitian tersebut yang membedakan dengan penelitian ini adalah kajian mengenai faktor pendukung dan penghambat dari sebuah media sosial *YouTube*. Selain itu lebih jauh ingin mengetahui gambaran ideal dimasa mendatang dari informan untuk sebuah objek penelitian. Penelitian saudara Ali Akbar

tersebut hanya berlatar belakang mengkaji efektivitas media sosial *YouTube*, Channel *YouTube* Serambi on TV, dan sebatas mengkaji hambatan media sosial itu sebagai media penyebaran informasi.

3. Jurnal “*YouTube* sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram”

Penelitian ini ditulis oleh Fatty Faiqah, dkk. Penelitian ini mengenai pemanfaatan *YouTube* sebagai sarana komunitas yang di Makasar yang ingin meneliti pemanfaatan *YouTube* sebagai sarana komunitas. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dimana memandang terkait bagaimana kejadian tersebut bisa terjadi tanpa mempengaruhi hasil akhir dari lembaga.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis, terletak pada fokus yang menjadi kajian yakni *YouTube*. Adapun perbedaan yang ada pada objek atau tempat yang menjadi bahan penelitian pada penelitian ini menekankan pengelolaan *YouTube* di sebuah komunitas sedangkan penulis akan melakukan penelitian dengan objek atau tempat di lembaga pemerintah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *YouTube* sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram termasuk kategori cukup membantu. Penelitian ini juga menemukan karakteristik *YouTube* berdasarkan pemanfaatan yang dirasakan oleh penggunanya, berdasarkan masing-masing kebutuhan pengguna.

Respon dari para informan mengenai kelebihan dan kekurangan *YouTube* sebagai sarana komunikasi yang lebih condong pada kelebihannya, membuat *YouTube* ternilai sangat efektif dan efisien sebagai sarana komunikasi bagi komunitas ini (Faiqah, Najib, & Amir, 2017:2).

4. Skripsi “Peran *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Social Responsibility* pada PT. Ntam Tbk”.

Penelitian yang dilakukan Dini Maryani mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Budi Luhur dengan judul Peran *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Ntam Tbk. Penelitian ini memiliki persamaan dalam menggunakan metode yakni metode deskriptif kualitatif, adapun perbedaannya terletak pada penggunaan model *image formations* dari Jhon Nimpoeno bagaimana citra terbentuk dan dipandang atau dinilai oleh publik sedangkan penelitian ini menggunakan konsep *four step Public Relations* dari Cutlip, Center, dan Broom.

Hasil penelitian ini menerangkan adanya perbedaan pemahaman antara pihak pemberi program dengan penerima kebijakan. Masyarakat selaku penerima kebijakan merasa bersyukur dengan adanya program *corporate social responsibility* namun mereka merasa kurang puas terhadap kegiatan tersebut karena tidak sesuai

dengan harapan mereka sepenuhnya karena itu mereka berharap program itu lebih ditingkatkan kembali (Maryani, 2019:4).

5. Jurnal “Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @IndonesiaBaik.Id”

Penelitian terdahulu selanjutnya yakni Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Pratama Hajati, Susie Perbawasari dan Hany dengan judul penelitian manajemen aktivitas media sosial akun Instagram @IndonesiaBaik. Id tahun 2018.

Penelitian ini memiliki kesamaan yakni pada penggunaan metode yang dilakukan dalam penelitian yaitu metode deskriptif dimana peneliti hanya sebatas menggambarkan apa yang tengah terjadi di lapangan tidak adanya ikut campur peneliti di dalam lapangan tersebut. Adapun untuk perbedaannya yakni terletak pada penggunaan teori yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teori *the circular model* dari *Some for social communication* pada penelitian ini penulis menggunakan konsep *four step* PR dari Cutlip, Center dan Broom.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa humas provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan akun media sosial melakukan media monitoring dengan menggunakan website social media analytics yang bernama square.com. Pada analisisnya media sosial ini melihat terkait Insert yang terdapat atau dihasilkan oleh media sosial yang sedang dikelola mulai dari pembagian *love rate*, *talk rate*, dan *speed rate*,

serta presentasi yang tidak pernah melewati 1% dan hal ini tidak seimbang lurus dengan penambah followers yang didapatkan.

Tabel 1 Hasil Penelitian

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Tahun	Metode Penelitian dan Teori	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Galuh Garmbrata	Realitas Kompas TV dalam menggunakan <i>YouTube</i> sebagai sarana menyebarkan berita	2018	Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan manajemen media massa dari Harold D. Laswell dan Scharman .	Persamaan penelitian ini yakni pada objek yang dikaji yaitu pengelolaan media <i>YouTube</i> sebagai keterbukaan informasi serta penggunaan metode penelitian yakni deskriptif	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada penggunaan teori yang digunakan yakni pada penelitian ini penulis menggunakan konsep four step PR dari Cutlip, Center, dan

						Broom
2	Ali Akbar	Efektivitas <i>YouTube</i> sebagai media penyebaran informasi (studi pada serambi on TV)	2018	Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teori <i>uses and gratification</i> .	Persamaan pada penelitian ini yakni pada objek kajian yaitu pengelolaan <i>YouTube</i> sebagai media penyebaran informasi serta pada penggunaan metode yakni metode penelitian deskriptif kualitatif.	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada penggunaan teori pada penelitian yang akan diteliti oleh penulis menggunakan konsep four step PR
3	Fatih faiqah	<i>YouTube</i> sebagai sarana komunikasi bagi komunitas	2017	Metode penelitian deskriptif kualitatif	Persamaan penelitian ini terletak pada objek kajian	Perbedaan pada penelitian ini terletak

		Makassarvidgram		dengan menggunakan teori <i>new media</i>	di mana berfokus pada <i>YouTube</i> sebagai sarana komunikasi serta penggunaan metode penelitian	pada penggunaan teori di mana penulis menggunakan teori konsep four step PR
4	Dini Maryani	Peran <i>public relations</i> dalam mempertahankan Citra perusahaan melalui program <i>corporate social responsibility</i> pada PT. Ntam Tbk.	2019	Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan konsep <i>four stel PR</i> dari Cutlip, Center dan Broom.	Persamaan penelitian ini menggunakan konsep <i>four step PR</i> dan menggunakan metode deskriptif kualitatif	Perbedaan dari penelitian ini yakni pada objek kajian dimana penulis berfokus pada pengelolaan media sosial sebagai

						Keterbukaan Informasi Publik
5	Rizky Pratama Hajati, Susie Perbawasari, dan Hany	Manajemen aktivitas media sosial akun Instagram @IndonesiaBai k.id	2018	Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori di <i>circular model</i> dari Some	Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek kajian yakni media sosial serta metode penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan teori yang digunakan dimana penulis menggunakan konsep four step PR
6	Megi Putri Dwijayati	Pengelolaan <i>YouTube</i> Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Keterbukaan	2021	Metode penelitian deskriptif kualitatif konstruktivistik dengan menggunakan	Persamaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan teori yang digunakan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek kajian di mana

		Informasi Publik Melalui Kegiatan <i>Public Relations Online</i>		kan konsep four step PR	yakni konsep vertebrata serta metode penelitian deskriptif kualitatif	penulis pada penelitian ini berfokus pada media sosial sebagai keterbukaan informasi pada public protokol komunikasi kota Bandung
--	--	--	--	----------------------------------	--	--

Penelitian yang berjudul pengelolaan *YouTube* protokol komunikasi pimpinan Kota Bandung dalam Keterbukaan Informasi Publik melalui kegiatan publik relations online merupakan analisis deskriptif kualitatif pada kanal *YouTube* @HaloBandung tahun 2021. Penelitian yang akan dilakukan oleh Megi Putri Dwijayati salah satu mahasiswa Universitas Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dimana

Pada penelitian ini penulis hanya menggambarkan apa yang menjadi kejadian pada lapangan. Penelitian ini menggunakan konsep *four*

step PR dari Cutlip, Center dan Broom yang memuat beberapa tahapan yakni *defining public relations problems, planning and programming, taking action and communicating*, serta *evaluating the program*. Hasil sementara dari penelitian sebelum wawancara penulis menemukan bahwa protokol komunikasi pimpinan kota Bandung senantiasa melakukan pengungkahan informasi di kanal *YouTube* mereka sebagai bentuk keterbukaan informasi pada publik.

1.5.2 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori yang digunakan sebagai gambaran yang bersinambungan dengan fenomena yang sedang diteliti. Konsep yang peneliti ambil telah peneliti pertimbangkan dengan fokus penelitian dalam penelitian mengenai Pengelolaan *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Keterbukaan Informasi Publik melalui Kegiatan *Public Relations Online*.

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, peneliti menggunakan model Cutlip dan Center yang menyebutkan bahwa proses perencanaan dan program kerja memiliki *four step Public Relations* sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan kumpulan data dan informasi yang dapat digunakan untuk memahami masalah yang terjadi agar dapat menetapkan langkah selanjutnya untuk menyelesaikan kegiatan.

2. Perencanaan

Perencanaan merupakan sebuah hal yang menentukan selanjutnya apa yang akan di tempuh. Informasi yang sudah terkumpul menjadi bahan untuk dilakukannya perencanaan agar dapat mewujudkan tujuan suatu Instansi.

3. Komunikasi

Komunikasi merupakan tindakan dan rencana yang bisa membuat pelaksana berpikir bagaimana cara berkomunikasi untuk mencapai target sasaran dengan media tertentu.

4. Evaluasi

Evaluasi dapat mengukur kegiatan yang sudah dilaksanakan apakah telah sesuai dengan tujuan atau kurang sesuai sehingga dapat menentukan langkah selanjutnya yang akan digunakan (Ardianto, 2016:320)..

Berdasarkan paparan peneliti diatas mengenai model *four step Public Relations* Cutlip dan Center dapat digunakan untuk mengetahui pengelolaan *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Keterbukaan Informasi Publik melalui Kegiatan *Public Relations Online*. Peneliti melihat pengelolaan yang dilakukan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam keterbukaan informasi publik dengan memanfaatkan media sosial *YouTube* dapat memberikan informasi kepada publik seputar kegiatan dan kinerja Pemerintahan Kota Bandung yang bertujuan agar publik memiliki kepercayaan kepada Pemerintahan Kota Bandung dengan dijalankannya tugas kehumasan sebagai *Public Relations online*.

1.5.3 Landasan Konseptual

1. Pengelolaan

Pengelolaan memiliki arti yaitu melaksanakan suatu kegiatan. Pengelolaan juga dapat diartikan sebagai suatu proses kegiatan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan serta pengawasan terhadap pelaksanaan suatu kegiatan yang terdapat pada organisasi atau perusahaan dalam pencapaian tujuan (Noviandotoko, 2020:2).

Pengelolaan adalah suatu ilmu manajemen yang memiliki hubungan dengan proses dalam mewujudkan tujuan yang ingin tercapai. Peneliti menangkap kesimpulan dari definisi pengelolaan merupakan kegiatan yang diawali dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap sesuatu yang diharapkan tujuannya dapat tercapai dan bermanfaat untuk kepentingan perusahaan atau lembaga.

Proses *Public Relations* sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial oleh karena itu menurut konsep Cutlip and Center, bahwa dalam program kerja *Public Relations* dapat melalui empat tahapan (Ardianto, 2016:320) yaitu:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah adalah langkah awal yang seorang Public Relations lakukan dengan mencari sebuah fakta atau permasalahan agar bisa ditindak lanjuti, hal tersebut dapat dengan cara memantau sebuah

pendapat, perbuatan atau perilaku seseorang yang memiliki kepentingan atau seseorang yang dapat terpengaruh oleh sebuah Instansi.

Defining Public Relations merupakan langkah awal bagi seorang *Public Relations* dalam mengelola citra dengan cara menganalisis situasi. Analisis situasi merupakan kegiatan memberikan gambaran secara luas mengenai apa yang menjadi permasalahan melalui kegiatan peninjauan ulang secara menyeluruh terhadap persepsi internal dan eksternal lembaga agar bisa disusun secara rinci terkait hal yang menjadi permasalahan maupun kekurangan dari lembaga terkait (Almubarakah, Khoiruddin, & Mujib, 2021:29)

Keterangan dalam identifikasi masalah diperoleh selengkap dan sedetail mungkin, hal itu membuat *Public Relations* harus jeli dalam melakukan pekerjaannya. Proses ini tidak sesederhana yang dilihat, karena *Public Relations* harus melakukan pengolahan, penelitian, pengklasifikasian dan penyusunan data sehingga dapat memundahkan pemecahan masalah yang akan ditemui.

2. Perencanaan

Perencanaan adalah tugas seorang *Public Relations* dalam penyusunan masalah. Perencanaan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan data atau fakta yang sudah diperoleh dalam tahapan sebelumnya. Perencanaan memiliki manfaat karena mampu mempermudah lembaga maupun pihak pelaksana dalam menjalankan kegiatan

Public Relations dalam memprogramkan sesuatu perlu memasukkan beberapa unsur sebelum melakukan eksekusi terhadap program yang direcakan mulai dari penetapan tujuan, pengemasan tujuan, waktu kegiatan dan hal-hal lainnya yang menjadi bagian dari kegiatan nantinya (Hayes, Hendrix, & Kumar, 2007:29-30).

3. Komunikasi

Proses selanjutnya setelah melaksanakan sebuah perencanaan. *Public Relations* harus bertindak dengan rencana matang yang disusun sedemikian rupa. Langkah ini didasarkan pada fakta-fakta akurat, sehingga mampu menyebarkan informasi yang mempengaruhi publik dan efektif.

Tahap melakukan kegiatan serta melakukan komunikasi maupun pemberitahuan kepada pihak yang menjadi target kegiatan. *Public Relations* meskipun telah memiliki perencanaan program namun pada pelaksanaan kegiatan perlu mengetahui bagaimana dan kapan program ini diimplementasikan serta harus mampu menampung masukan terkait program ketika pelaksanaan program (Morissan 2010:183).

Komunikasi menjadi langkah eksekusi atas identifikasi masalah dan perencanaan yang dibuat. Tahapn komunikasi harus dijalankan secara hati-hati karena tahapan ini sifatnya hanya sekali tidak bisa diulang sehingga performa yang diberikan harus semaksimal mungkin. Tahapan komunikasi akan berjalan mulus jika memang adanya perhatian khusus terkait jalur koordinasi, maka hal inipun perlu diperhatikan.

4. Evaluasi

Evaluasi adalah penilaian dari penemuan fakta sampai hasil akhir. Tahapan ini sebagai hasil penafsiran hasil kerja dan tahapan ini menjadi acuan untuk mengetahui apa yang akan dilakukan dimasa yang mendatang.

Tahap terakhir dari *Public Relations* yakni kegiatan evaluasi terkait keberlangsungan kegiatan maupun program yang sebelumnya telah melalui proses yang panjang. Evaluasi dilakukan untuk menentukan apakah kegiatan tersebut perlu dilaksanakan kembali atau tidak. Keputusan terkait keberlanjutan program ditentukan dari proses timbal balik citra maupun keberlangsungan lembaga (Almubarakah, Khoiruddin, & Mujib, 2021:30)

Peninjauan terkait kelayakan sebuah kegiatan dilihat dari evaluasi. Sehingga evaluasi bersifat menyeluruh meskipun diletakkan di tahap atau langkah terakhir. Tahap evaluasi menjadikan kinerja seseorang terlihat baik saat melakukan identifikasi, perencanaan, maupun aksi dan komunikasi.

2. *Public Relations Online*

Public Relations Online atau disebut juga *Cyber Public Relations* adalah inisiatif *Public Relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. *Public Relations Online* adalah istilah umum yang sering kali dipakai pada aktifitas kehumasan dalam dunia maya (Onggo, 2004:1).

Public Relations Online merupakan salah satu kegiatan *Public Relations* yang membutuhkan jaringan internet sebagai sarana atau media komunikasi untuk memberikan informasi kepada publik dengan cepat, media tersebut akan memudahkan aktivitas seorang *Public Relations* dalam tugasnya untuk menyampaikan informasi secara luas dan cepat guna untuk memperoleh tujuan suatu perusahaan atau lembaga.

Public Relations Online dituntut untuk memahami sebelumnya media apa yang akan dipakai dan bagaimana cara menjalannya agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan atas informasi yang dipublikasikannya. Hal ini perlu dilakukan agar saat melakukan aksi dan komunikasi bisa tepat sasaran. Mengingat peran yang dilakukan terlebih berkaitan dengan publik yang penting akan kehadirannya.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Penentuan Objek Penelitian

Lokasi yang penulis pilih untuk melakukan penelitian adalah Protokol Komunikasi Pimpinan Jl. Westu Kencana No 02, Bababakan Ciamis, Sumur Bandung, Bandung, Jawa Barat, 40117. Alasan peneliti memilih lokasi ini yaitu karena lokasi tersebut memiliki data-data yang peneliti butuhkan mengenai Pengelolaan *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam Keterbukaan Informasi Publik melalui Kegiatan *Public Relations Online* dengan digunakannya model *Four Step Public Relations* yakni Identifikasi Masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma konstruktivisme peneliti gunakan dalam penelitian ini, dikarenakan dalam konstruktivisme dijelaskan bahwa kejadian yang terjadi dalam kehidupan sosial itu bermacam-macam atau beraneka ragam. Paradigma konstruktivisme dapat dianalisis melalui bagaimana seseorang berpikir ketika dirinya menjadi pelaku dalam kejadian realitas sosial yang diawali dengan memahami pemahaman dan dapat memberikan arti. Paradigma konstruktivisme dipilih peneliti dalam penelitian ini karena peneliti ingin memiliki pengetahuan lebih yang bisa membantu proses suatu peristiwa juga kejadian.

Penelitian ini harus memiliki acuan untuk kedepannya menjadi dasar bagi peneliti untuk melanjutkan ke langkah selanjutnya. Paradigma merupakan model atau cara untuk mencapai beberapa tujuan, mencari fakta-fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukan menjelaskan bahwa Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan terhadap seseorang yang secara langsung mendapatkan pengetahuan juga agar bisa membangun dan kejadian yang terjadi berdasarkan atas pengalaman pribadi (Salim , 2006 : 118).

Penelitian ini menggambarkan bagaimana Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam melakukan pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui media sosial *YouTube*nya. Kegiatan pengelolaan media sosial *YouTube* yang dilakukan oleh Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan hasil konstruksi karena dalam

konstruktivisme mempunyai sebuah pandangan bahwa kenyataan itu bersifat bebas sesuai dengan pandangan peneliti, oleh karena itu pengelolaan keterbukaan informasi publik Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan hasil dari konstruksi Hubungan Masyarakat.

Peneliti menggunakan pendekatan interpretif dalam penelitian ini. Pendekatan interpretif merupakan pendekatan pelaksanaan dengan berusaha mencari kejelasan fenomena atau peristiwa yang relevan (fenomena sosial dan fenomena budaya). Pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang didasarkan pada pengalaman dan cara pandang seseorang terhadap hal yang dipelajari.

Pendekatan interpretif adalah pendekatan yang fleksibel, tingkah laku dan pendapat dapat memiliki banyak makna dan diinterpretasikan melalui berbagai cara serta sudut pandang. Peneliti menggunakan pendekatan interpretif pada penelitian ini karena peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif (Sujatmika, 2020:75).

Pendekatan interpretif dalam sebuah penelitian memberikan manfaat bagi pelaku untuk mengetahui secara dasar terkait keadaan lapangan yang sebenarnya. Pendekatan interpretif mempermudah peneliti untuk menentukan sikap dan menyesuaikan diri dengan lingkungan untuk mendapatkan data secara maksimal.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi

terhadap suatu peristiwa yang dilakukan secara utuh kepada subjek penelitian. Keterbatasan objektivitas dan kontrol sosial menjadi bentuk kepedulian agar mendapat pemahaman atas keunikan, dinamika, dan hakikat dari peristiwa (Ardianto, 2014:59).

Peneliti berusaha mendapatkan sebuah fakta yang berada di Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung lalu diinterprestasikan sesuai dengan cara pandang peneliti sehingga dapat menghasilkan sebuah makna. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui kegiatan *Public Relations online* Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @HaloBandung dengan menggunakan model *Four Step Public Relations* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini masuk kedalam kategori penelitian deskriptif kualitatif, penelitian deskriptif hanyalah menjelaskan situasi, penelitian ini tidak menjelaskan hubungan dan tidak mencari tau hal tersebut, tidak menguji hipotesis dan tidak membuat prediksi. Metode deskriptif menelaah terkait suatu sistem pemikiran atau peristiwa di masa sekarang (Rukajat, 2018:1).

Tujuan digunakannya metode deskriptif untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai penelitian yang dilakukan. Penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini

dikarenakan peneliti ingin dapat memahami dengan mempelajari fakta dari data yang sistematis, akurat dan faktual mengenai kenyataan dalam Instansi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Peneliti mencari sebuah fakta di Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung kemudian fakta atau data tersebut diinterpretasikan dengan tepat untuk memberikan gambaran mengenai pengelolaan keterbukaan informasi publik Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung yang menggunakan model *four step Public Relations* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimana jenis data dalam penelitian ini tidak menggunakan angka dan bilangan melainkan menggunakan kata-kata yang disusun dalam bentuk deskriptif. Jenis data yang peneliti gunakan yaitu data yang berhubungan dengan fokus penelitian yang dibuat oleh peneliti untuk memenuhi kebutuhan data penelitian mengenai *four step Public Relations* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik melalui *YouTube* yang dikelola oleh Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

1.6.4.2 Sumber Data

Data sekunder dan data primer peneliti gunakan dalam penelitian ini sebagai sumber data.

1. Sumber data primer merupakan data yang peneliti dapat secara langsung dari hasil wawancara yang didapat dari narasumber, narasumber disini yaitu dari pihak Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung karena menguasai dan yang menangani secara langsung sebagai praktisi *Public Relations online* yang mengelola kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @Halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relations* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.
2. Sumber data sekunder adalah data yang memiliki tujuan untuk membantu maupun menyempurnakan data primer yang telah didapat dari arsip, literatur, dokumen milik lembaga atau instansi, dan dari data primer yang membantu sebelumnya. Sumber data sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu data-data yang peneliti dapat dari kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dan serta data lainnya yang yang dianggap relevan sesuai dan berhubungan dengan fokus penelitian.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana penentuan informan

dipilih dengan pertimbangan khusus dari peneliti, dengan mempertimbangkan karakteristik data berdasarkan kebutuhan analisa dalam penelitian ini.

Spradley dalam Faisal (1990:45) informan harus memiliki beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan yaitu:

1. Subjek yang telah lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi di luar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan.
2. Subjek masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran atau penelitian.
3. Subjek mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.
4. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

Berdasarkan pertimbangan dari pokok penelitian. Peneliti menyiapkan kriteria sebagai syarat dapat dijadikannya narasumber agar informasi yang peneliti peroleh sesuai dengan fokus penelitian ini. Syarat atau kriteria yang peneliti pakai yaitu:

1. Bekerja di Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung
2. Praktisi *Public Relations Online* kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yaitu @HaloBandung.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan yaitu sebagai berikut:

1.6.6.1 Wawancara Mendalam

Pada penelitian ini, teknik wawancara yang peneliti pakai yaitu dalam bentuk *indepth* atau wawancara mendalam dengan memberikan pertanyaan kepada informan secara langsung. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara agar kegiatan tanya jawab akan terarah.

Wawancara mendalam merupakan wawancara tatap muka secara personal antara seorang responden dengan seorang pewawancara. Maksud dari wawancara mendalam di mana pewawancara berusaha menggali secara mendalam persepsi, sikap, atau motivasi yang terkait dengan topik yang ditanyakan (Sumawarman, dkk, 2011:29)

Dua jenis pertanyaan akan digunakan untuk melakukan wawancara tentang Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Jenis pertanyaan pertama adalah wawancara terstruktur dengan menggunakan draft pertanyaan dan jenis pertanyaan kedua tidak terstruktur, atau pertanyaan yang muncul secara spontan akibat pengembangan draft sebelumnya bersifat informal. Wawancara mendalam ini dilakukan dengan beberapa staf Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung secara bertatap muka.

Wawancara mendalam ini akan menghasilkan terkumpulnya data yang dibutuhkan mengenai keseluruhan kegiatan mengenai pengelolaan

media sosial *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relations* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

1.6.6.2 Observasi Parsitipan Pasif

Observasi partisipan pasif dipilih sebagai salah satu teknik pengumpulan data oleh peneliti pakai karena dapat mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian ini, karena peneliti tidak terjun langsung melakukan kegiatan yang menjadi fokus dalam penelitian. Peneliti hanya mengamati dan melakukan analisis terhadap fokus dari kegiatan yang berlangsung.

Observasi partisipan merupakan proses pengamatan yang dilakukan oleh observer dengan ikut mengambil bagian kehidupan yang diobservasi, pada partisipan pasif memiliki makna bahwa peneliti datang di tempat kegiatan namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut secara langsung, dengan kata lain tidak ikut mempengaruhi proses kegiatan di lapangan (Farahsanti & Ismail, 2019:90).

Peneliti melakukan observasi partisipasi pasif karena aktivitas yang sedang berlangsung hanya dilakukan oleh para praktisi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yang berhak mengelola media sosial *YouTube* dan sadar akan keterbatasan kegiatan yang dipelajari. Observasi ini dilaksanakan untuk menganalisis pengelolaan media sosial *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung

dengan menggunakan model *four step Public Relations* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengkajian informasi melalui kegiatan pencarian informasi yang kemudian disusun secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya sebagai pendukung penelitian. Analisis data dilakukan untuk mempertajam fokus penelitian dan pengecekan keabsahan data yang dikumpulkan (Almubarokah, Khoiruddin, & Mujib, 2021:36)

Kegunaan analisis data dalam penelitian yakni untuk mendapatkan simpulan, pada penelitian komunikasi kualitatif analisa data akan dikembangkan agar dapat memberikan makna terhadap data, mentransformasikan/menafsirkan data menjadi bentuk narasi dan setelah itu akan menjurus pada hasil temuan ilmiah sampai final yaitu kesimpulan.

Penelitian ini berjalan menggunakan model Miles dan Huberman yaitu melalui tiga unsur analisis data: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, ketiga komponen tersebut merupakan aktivitas dari siklus didalam struktur kerja interaktif. Analisis ini dipilih karena dirasa sesuai dan mampu membantu penulis dalam melakukan penelitian terutama dalam mengolah hasil wawancara.

Melihat teknis analisis data yang berpacu pada Miles dan Huberman menyatakan mengenai proses-proses yang dilakukan dalam analisis data (Latifa & Setiawan, 2019:192) yaitu:

1. Reduksi data

Tahap pertama penelitian adalah reduksi data. Reduksi data adalah proses pemilihan, perputaran, penyederhanaan, abstraksi dan perubahan data kasar di lapangan, sehingga data yang diperoleh dapat dengan jelas mencerminkan hasil observasi dan wawancara.

Reduksi data merupakan sebuah proses dimana terdapat pemilihan data, pemusatan perhatian, penyederhanaan data, pengabstrakan data, serta transformasi data yang tadinya kasar menjadi catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama pengumpulan data kualitatif dilakukan (Murdiyatmoko, 2016:99).

Peneliti memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti data pra penelitian, data pra wawancara, data yang diperoleh langsung dari *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @HaloBandung, data observasi dan data wawancara untuk memberikan gambaran proses pengelolaan kanal *YouTube* oleh praktisi *Public Relations Online* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dengan menggunakan model *four step Public Relations* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi. Data tersebut akan peneliti saring guna mendapatkan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2. Penyajian data

Tahap kedua teknik analisis data adalah penyajian data yaitu informasi yang telah dikumpulkan dan disusun sehingga dapat ditarik kesimpulan dan tindakan yang dapat diambil dengan adanya grafik, tabel, diagram, dan lainnya untuk pengenalan singkat penelitian kualitatif yang merepresentasikan data.

Penyajian data merupakan salah satu kegiatan penting karena termasuk dalam bagian analisis data. Tujuan dari penyajian data adalah agar Siapa saja yang lebih mudah memahami data tersebut dengan demikian dapat memberikan makna yang penuh arti. Peneliti dalam melakukan penyajian data hendaknya bisa mulai lakukan saat data-data sudah terkumpul berupa benang merah atau garis besar dari penelitian yang akan dibahas dikemudian (Tokan, 2016:102)

Tujuan penyajian data yang dilakukan penulis adalah untuk memudahkan pembaca penelitian ini dalam memahami maksud dan tujuan yang dilakukan oleh peneliti mengenai bagaimana pengelolaan kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @HaloBandung dengan menggunakan model *four step Public Relations* yakni identifikasi masalah, perencanaan, komunikasi serta evaluasi. Hal ini dilakukan sesuai dengan konsep yang dipilih penulis yakni konsep *four step PR*.

3. Simpulan

Hal yang menarik dari penelitian yakni mengambil kesimpulan atau simpulan. Membuat simpulan merupakan tahap yang paling sulit dalam penelitian kualitatif karena peneliti harus benar-benar menjaga objektivitas pengumpulannya, selain itu penulis atau peneliti dalam melakukan riset harus mereduksi subjektivitas secara maksimal pada proses triangulasi, dan pada saat diadakannya pengecekan data-data (Tokan, 2016:102)

Teknik analisis data tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan adalah proses mendapatkan hasil akhir dari semua proses atau tahapan eksekusi. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang diolah pada tahap pertama dan kedua yaitu reduksi data dan penyajian data. Penarikan simpulan membutuhkan bukti yang kuat, bukti didapatkan dari gabungan data yang telah disusun dalam penyajian data mengenai hasil wawancara dan observasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

Model teknik analisis data dari Miles dan Huberman dilakukan dalam analisis data kualitatif yakni reduksi merupakan analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, menyusun data yang nantinya bisa digambarkan yang kemudian hasil dari reduksi tersebut di deskripsikan (*data display*), dan ditarik kesimpulannya atau verifikasi kesimpulan (Ardianto, 2014:223)

Terkumpulnya data-data tersebut peneliti dapat menyatakan simpulan analisis data melalui sudut pandang peneliti tentang objek yang

diteliti yaitu pengelolaan kanal *YouTube* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @HaloBandung dengan menggunakan model *four step Public Relations* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

