

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Instagram merupakan platform media sosial yang cukup populer di tahun ini dengan adanya catatan peningkatan jumlah persentase yang belakangan ini banyak dimanfaatkan organisasi atau instansi perusahaan untuk membentuk, menjaga dan meningkatkan eksistensi. Tampilannya yang kekinian dengan banyaknya elemen dan fitur membuat Instagram dapat memperluas kemajuan promosi atau ide pemikiran bagi suatu kegiatan humas. Peningkatan dalam kebiasaan dan daya tarik untuk aktivitas digitalisasi kehumasan membuat praktisi humas untuk lebih fokus pada langkah mereka dalam memanfaatkan sosial media.

Aktifitas pengunggahan konten berupa foto, video, dan infografis merupakan bagian dari digitalisasi kegiatan kehumasan. Teknologi data besar dan kecerdasan buatan (*Big Data and Artificial Intelligence*) pada akhirnya akan mengambil alih tugas mengunggah dan menjadwalkan konten yang saat ini dilakukan oleh praktisi *Public Relations Officer*. Dengan adanya beraneka ragam kemajuan teknologi, keberhasilan kegiatan kehumasan bergantung pada pemilihan alat yang tepat untuk membantu para praktisi.

Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat merupakan bagian unsur lembaga yang melayani administrasi dan pemberian dukungan atas tugas dan fungsi DPRD Provinsi Jawa Barat. Adapun hal yang menarik perhatian peneliti, Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat telah memfasilitator komunikasi bagi masyarakat untuk dapat mengetahui aspek kegiatan yang diselenggarakan pemerintahan. Hal ini

dilakukan melalui akun Instagram *@set.dprd.jabar* yang berfungsi sebagai publikasi pemerintah dalam rangka peningkatan pelayanan publik dan penyebaran informasi sehingga masyarakat tertarik dan mulai mengikuti setiap aktifitas dari akun *@set.dprd.jabar*.

Masyarakat dipenjur dunia tepatnya pada awal tahun 2020 sempat digemparkan dengan munculnya wabah *Corona Virus (Covid-19)* yang banyak memakan korban jiwa dengan beragam kekhawatiran yang dirasakan oleh seluruh dunia. Virus berbahaya *Corona Virus (Covid-19)* tersebut akhirnya menimbulkan banyak dampak bagi setiap sektor kegiatan, baik itu dari segi perekonomian, bisnis, pariwisata, kesehatan dan lain-lain.

Pandemi *Covid-19* selama dua tahun terakhir menjadi topik pembahasan dikalangan masyarakat dunia, sehingga banyak yang akhirnya melakukan-beragam upaya agar dapat melanjutkan kegiatan bisnisnya untuk menstabilkan perekonomian demi kelangsungan hidup bersama. Adapun dari kalangan instansi lembaga, pemerintahan, perusahaan dan keorganisasian yang mengupayakan tentang bagaimana cara agar terhindar dari penyebaran *Corona Virus (Covid-19)*, namun aktifitas sektor harus tetap berjalan.

Hal ini pun menyadarkan banyak pihak tentang pentingnya pemahaman menggunakan teknologi disetiap jenis profesi termasuk salah satu kegiatan praktisi humas. Aktivitas humas dalam mengenalkan dan melindungi nama baik instansi kini dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan teknologi yang ada terkhusus penggunaan sosial media seperti *Instagram*.

*Public Relations Officer* sangat diperlukan, dalam kegiatan di masa pandemi terutama pada platform media sosial *Instagram* yang menjadi konsep baru agar dapat memikat daya tarik publik saat menyampaikan informasi atau mengenai aktivitas instansi dalam bentuk konten yang diadakan oleh akun *@set.dprd.jabar*. Praktisi *Public Relations* merupakan bagian terpenting bagi organisasi perusahaan maupun lembaga pemerintahan sebagai alat saluran interaksi dalam berkomunikasi. Karena program kerja dari *Public Relations Officer* (PRO) itu sendiri yakni membentuk dan menjalin hubungan yang harmonis dengan pihak internal maupun eksternal, maka dari itu praktisi *Public Relations Officer* harus memperbanyak wawasan terutama pada pengelolaan media sosial.

Berdasarkan data dari *techno.okezone.com*, anak muda adalah generasi yang lebih memilih media sosial daripada media tradisional seperti televisi untuk konsumsi berita. 28 % anak muda antara usia 18 dan 24 tahun mengatakan bahwa media sosial lebih penting sebagai sumber berita daripada televisi, yang hanya mendapat 24% suara.

Alasan mengapa peneliti memilih platform *Instagram* dibandingkan banyaknya media sosial lainnya ialah karena penyampaian informasi lewat platform *Instagram* menjadi cara yang cukup kekinian dengan tampilan fiturnya yang banyak serta dapat memaksimalkan daya tarik konten dalam menyampaikan informasi kepada khalayak publik yang mana hal ini dilakukan oleh praktisi *Public Relations*, begitu pula yang dilakukan oleh Humas Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat. Pada akun *@set.dprd.jabar* pada setiap captionnya untuk dapat mengenalkan lembaga kepada masyarakat dengan melakukan sosialisasi kegiatan secara *online* sehingga

*instagram* dapat menjadi peran penting terhadap terbentuknya sebuah ikon kelembagaan dan pemerintah.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi Instagram @set.dprd.jabar konten yang sajikan kebanyakan mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh instansi, agar masyarakat mengetahui kinerja Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat selama masa pandemi, seperti membantu penanganan pasca gempa di Cianjur kepada warga yang terkena dampak bencana.

Berdasarkan data pra penelitian yang didapat dari akun Instagram @set.dprd.jabar. Instagram Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat memiliki 9.256 pengikut serta 2.687 postingan. Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu instansi yang cukup lama aktif didunia media sosial tepatnya pada 22 Oktober 2014 dengan caption postingan pertamanya yakni seputar kegiatan "*Rapat Paripurna Istimewa DPRD Provinsi Jawa Barat dengan Acara Pengucapan Sumpah Janji Ketua dan Wakil Kedua DPRD Jawa Barat*". Postingan atau unggahan yang terdapat di Instagram Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat berisi informasi seputar pelaksanaan kegiatan program kerja DPRD yang diselenggarakan atau dikelola oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat serta poster ucapan selamat, Perayaan Hari Besar Nasional, program kerja, kegiatan pelatihan dan lainnya. (<https://www.Instagram.com/set.dprd.jabar/?hl=id>, diakses pada 19 Desember 2022 pukul 01.20 WIB)

Berdasarkan data pra penelitian pada akun *Instagram* @set.dprd.jabar mulai dari awal tahun 2022 hingga dipenghujung tahun, Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat 50 postingan mengenai adanya kunjungan kerja dari beberapa instansi luar

daerah yang menjadi peluang baik bagi Sekretariat DPRD dalam menjalin silaturahmi dan kerja sama dalam pertukaran informasi dan kebijakan instansi.

Berdasarkan data pra penelitian pada akun *Instagram @set.dprd.jabar*, Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dalam postingannya telah mengikuti kegiatan Perlombaan Festival Pestol HUT KORPRI ke-51 (Pekan Seni, Kreatifitas, Olahraga). Senin 28 November 2022 yang bertempat di Sport Jabar Arcamanik Kota Bandung.

Berdasarkan pengamatan pada akun *Instagram @set.dprd.jabar*, terdapat adanya kemajuan pada konten postingan yang diunggah, informasi yang disampaikan dikemas dengan desain yang apik, berwarna dan berkonsep. Karena pemilihan desain dan warna sangat mempengaruhi daya tarik konten yang akan diposting. Pada akun *Instagram @set.dprd.jabar*, isi konten tidak hanya seputar kegiatan pelaksanaan pemerintahan saja melainkan terdapat pula postingan yang berisikan tentang *Rebranding Logo* Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat, Jabarspot, Fakta DPRD Jawa Barat, kolom sejarah DPRD Jabar dan kilasan seputar Bandung Tempo Dulu vs Bandung Masa Kini.

Peneliti tertarik melakukan penelitian terkait pengelolaan media sosial Instagram milik Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat melalui akun *@set.dprd.jabar* karena akun tersebut aktif membagikan konten kegiatan instansi dan informasi setiap minggunya dengan cukup konsisten. Mengenai tahapan pengelolaan media sosial yang telah peneliti dapatkan selama melakukan *monitoring* terhadap akun *@set.dprd.jabar* ialah membagikan, mengoptimisasi, mengelola hingga mengikutsertakan publik atau pengikutnya.

Berdasarkan data pra penelitian, terkait *engagement* yang meliputi *like* dan komentar yakni interaksi dalam setiap unggahan masih terbilang sedikit dan belum begitu aktif pada setiap kolom komentar. Meskipun sedikitnya interaksi, akun Instagram *@set.dprd.jabar* tetap aktif dalam membagikan konten seputar kegiatan dan informasinya dengan optimalisasi yang dilakukan oleh Humas Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dalam mengelola akun *@set.dprd.jabar* dan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan interaksi yang baik dikemudian hari disetiap unggahannya.

Kajian ini berbeda karena situasi dunia yang sedang menghadapi pandemi virus Corona menyebabkan instansi dan perusahaan berlomba-lomba untuk membuat akun instagram menjadi lebih menarik agar publik dapat melihat instansi pemerintahan dalam struktur digitalisasi melalui media sosial Instagram di masa pandemi. Dari penjelasan diatas, peneliti akhirnya tertarik untuk meneliti fenomena tersebut, karena pesatnya perkembangan teknologi yang juga semakin canggih dan sangat penting adanya wawasan yang luas bagi seorang *Public Relations* yang nantinya diperlukan untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk menjalin hubungan dengan publiknya.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian akan difokuskan pada pembahasan mengenai “Bagaimana *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19*” mendalami konsep tentang kegiatan

*Online PR* dan *The Circular Model of Some for Social Communications* yang menjelaskan bagaimana proses pengelolaan atau kegiatan *Online PR* instansi pemerintahan melalui akun media sosial Instagram @set.dprd.jabar. Peneliti menguraikan penelitian menjadi beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dalam melakukan Tahap *Share* (Membagikan) Konten pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19?*
2. Bagaimana Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dalam melakukan Tahap *Optimize* (Mengoptimalkan) Pesan pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19?*
3. Bagaimana Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dalam melakukan Tahap *Manage* (Mengelola) Informasi pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19?*
4. Bagaimana Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dalam melakukan Tahap *Engage* (Mengikutsertakan) Publik pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19?*

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini difokuskan untuk menghasilkan data kualitatif mengenai “*Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19?*”

1. Untuk Mengetahui Tahapan *Share* (Membagikan) Konten pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19.*
2. Untuk Mengetahui Tahapan *Optimize* (Mengoptimalkan) Pesan pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid 19.*

3. Untuk Mengetahui Tahapan *Manage* (Mengelola) Informasi pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19*.
4. Untuk Mengetahui Tahapan *Engage* (Mengikutsertakan) Publik pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19*.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

1. Bagi Mahasiswa Humas, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan tentang *Digital Public Relations*.
2. Memperkenalkan konsep-konsep terbaru ke dalam bidang kehumasan dan mengedukasi sivitas akademika bahwa kegiatan Humas telah memasuki era teknologi industri 4.0.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Melalui penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pandangan para ahli dengan alasan bahwa evolusi peran *Public Relations* yang semakin canggih dalam dukungan media.
2. Kegiatan pengelolaan komunikasi ini dilakukan untuk memberikan referensi dan pemahaman yang lebih mendalam kepada para profesional humas tentang peran pengelolaan komunikasi dalam memaksimalkan penggunaan media digital.

#### **1.5 Landasan Pemikiran**

##### **1.5.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini memfokuskan pembahasan mengenai *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19*. Peneliti telah melaksanakan penelusuran dari sebagian penelitian terdahulu dengan keterkaitan dan relevansi



yang sesuai pada pembahasan peneliti, sehingga peneliti memperoleh referensi sebagai penambahan yang dapat memperkuat kajian pustaka, lalu diangkat sebagai pedoman melalui perbandingan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang saat ini dilakukan agar tampak perbedaan dan persamaannya. Berikut ilustrasi dari penelitian sebelumnya:

**Pertama**, skripsi dari Niswati Rahmatulloh Jhatysunda dengan judul *Pengelolaan Media Sosial Instagram @PAJAKCICADAS Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Lembaga. Studi Deskriptif pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cicadas* dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode deskriptif.

Hasil dari penelitian diatas yaitu bahwa *Pengelolaan Media Sosial Instagram @PAJAKCICADAS Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Lembaga. Studi Deskriptif pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cicadas* dapat dilakukan dengan proses penyampaian suatu informasi yang dibutuhkan upaya mengedukasi masyarakat mengenai pajak dengan infografis yang menarik melalui melalui fitur-fitur media sosial Instagram guna meningkatkan citra.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tahapan dalam pengelolaan media sosial Instagram menggunakan tahapan Share (membagikan), Optimize (mengoptimalkan), Manage (mengelola), dan Engage (mengikutsertakan) pada pengelolaan media sosial @pajakcicadas sebagai upaya meningkatkan citra lembaga di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cicadas.

**Kedua**, skripsi dari Mochamad Diki Firmansyah dengan judul *Manajemen event 107,5 PRFM News Channel dalam meningkatkan citra perusahaan:*

*Deskriptif analisis pada event buka rekening BCA bertaburan hadiah di kota Bandung.* Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian diatas yaitu bahwa *Manajemen event 107,5 PRFM News Channel dalam meningkatkan citra perusahaan: Deskriptif analisis pada event buka rekening BCA bertaburan hadiah di kota Bandung*, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen event yang dilakukan oleh 107,5 PRFM News Channel sehingga event yang dikelolanya itu bisa berhasil dan sukses dilakukan tanpa adanya hambatan yang berarti sehingga bisa mengganggu keberlangsungan event tersebut. Adapun manajemen event yang dilakukannya itu meliputi *pleaning, organizing, actuating dan controlling.*

***Ketiga,*** Riza Hernawati dan Rindi Rinaldi *Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung sebagai Media Informasi dan Publikasi. Volume 5, Nomor 2 Tahun 2019.* Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif. Hasil Penelitian ini merupakan proses perencanaan metodis dimana konten pertama kali dibuat berdasarkan penelitian untuk membangun citra kota Bandung. Melalui studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi, data dikumpulkan.

***Keempat,*** Kokom Komariah, Hanny Hafiar, dan Alfian Romadhoni *Pengelolaan Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat @humas\_jabar. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Desember 2017.* Tujuan penelitian tentang pengelolaan akun Instagram @humas\_jabar adalah untuk memberikan gambaran tentang pengelolaan akun Instagram @humas\_jabar melalui *share, optimize, manage, dan engage.* Penelitian deskriptif digunakan untuk penelitian ini.

Menurut temuan penelitian ini, Humas Jawa Barat, pada tahap pengelolaan saham, berfungsi sebagai saluran komunikasi dua arah antara institusi dan publik; Namun, Humas Jabar belum memanfaatkan fungsinya secara maksimal guna meningkatkan kepercayaan publik.

Tahap optimasi memantau interaksi lembaga dengan publik, namun karena hanya melakukan pengecekan manual, pelaksanaannya belum optimal. Manajemen proses hanya menghasilkan laporan tanggapan pengikut, yang mencakup tanggapan cepat yang tidak efektif. Tahap Engage masih belum menggunakan alat media sosial secara maksimal. Humas Instagram Jawa Barat tidak terlalu efektif karena menetapkan target audiens yang terlalu luas.

***Kelima***, skripsi dari Risky Nurul Shafa dengan judul *Pengelolaan Konten Instagram Dalam Menjaga Citra Lembaga: Analisis Kualitatif pada Humas PT. Dirgantara Indonesia* melalui pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian yang dilakukan oleh Risky Nurul Shafa perbedaannya terletak pada objek yang akan diteliti.

Hasil dari penelitian berikut menunjukkan bahwa Humas dalam pengelolaan Konten Instagram sudah sesuai dengan konsep *Four Step of PR* dan berhasil meningkatkan citra PT. Dirgantara Indonesia.

*Table 1 Penelitian Terdahulu*

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Teori/ Konsep Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Niswati Rahmatulloh Jhatysunda (Skripsi) UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2020)	Pengelolaan Media Sosial Instagram @PAJAKC ICADAS Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Lembaga. Studi Deskriptif pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cicadas	Pendekatan Kualitatif dan Metode Deskriptif	Model SoMe, Circular Model of Some for Social Communication	Hasil yang didapatkan yakni proses penyampaian suatu informasi yang dibutuhkan upaya mengedukasi masyarakat mengenai pajak dengan infografis yang menarik melalui fitur-fitur media sosial Instagram guna meningkatkan citra. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu agar tahapan dalam pengelolaan media sosial Instagram menggunakan tahapan Share (membagikan), Optimize (mengoptimalkan), Manage (mengelola), dan Engage (mengikutsertakan)

				pada pengelolaan media sosial @pajakcicadas sebagai upaya meningkatkan citra lembaga di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cicadas.
Mochamad Diki Firmansyah (Skripsi) UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2018)	Manajemen event 107,5 PRFM News Channel dalam meningkatkan citra perusahaan: Deskriptif analisis pada event buka rekening BCA bertaburan hadiah di kota Bandung.	Pendekatan Kualitatif dan Metode Deskriptif	Konsep Manajemen dari George Tery (2003:9)	Hasil penelitian diatas yaitu bahwa Manajemen event 107,5 PRFM News Channel dalam meningkatkan citra perusahaan: Deskriptif analisis pada event buka rekening BCA bertaburan hadiah di kota Bandung, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen event yang dilakukan oleh 107,5 PRFM News Channel sehingga event yang dikelolanya itu bisa berhasil dan sukses dilakukan tanpa

				<p>adanya hambatan yang berarti sehingga bisa mengganggu keberlangsungan event tersebut. Adapun manajemen event yang dilakukannya itu meliputi planning, organizing, actuating dan controlling. Perbedaan pada penelitian ini ialah pembahasan fokus kearah manajemen event dalam meningkatkan citra perusahaan, dengan konsep Manajemen dari George Tery (2003:9)</p>
<p>Riza Hernawati dan Rindi Rinaldi, (Jurnal) Volume 5, Nomor 2 Tahun 2019</p>	<p>Aktivitas Digital PR Humas Kota Bandung sebagai Media Informasi dan Publikasi</p>	<p>Pendekatan Kualitatif dan Metode Studi Kasus</p>	<p>Teori Four Step PR Konsep Branding</p>	<p>Hasil Penelitian ini merupakan proses perencanaan metodis dimana konten pertama kali dibuat berdasarkan penelitian untuk membangun citra kota Bandung.</p>

				Melalui studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi, data dikumpulkan.
Kokom Komariah, Hanny Hafiar, dan Alfian Romadhoni, (Jurnal) Volume 8, Nomor 2, Desember 2017	Pengelolaan Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat @humas_jabar	Penelitian Deskriptif	Model SoMe, Circular Model of Some for Social Communication	Menurut temuan penelitian ini, Humas Jawa Barat, pada tahap pengelolaan saham, berfungsi sebagai saluran komunikasi dua arah antara institusi dan publik; Namun, Humas Jabar belum memanfaatkan fungsinya secara maksimal guna meningkatkan kepercayaan publik.
Risky Nurul Shafa (Skripsi) UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2019)	Pengelolaan Konten Instagram Dalam Menjaga Citra Lembaga: Analisis Kualitatif pada	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Deskriptif	Teori <i>Four Step PR</i>	Hasil dari penelitian berikut menunjukkan bahwa Humas dalam pengelolaan Konten Instagram sudah sesuai dengan konsep <i>Four Step of PR</i> dan berhasil meningkatkan citra

	Humas PT. Dirgantara Indonesia			PT. Dirgantara Indonesia. Perbedaannya terletak pada fokus tempat penelitiannya.
--	--------------------------------------	--	--	--

**Sumber: Hasil Olahan Peneliti**

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Berdasarkan dari penelitian terdahulu yang didapatkan, peneliti ingin menggunakan model SoMe dari gagasan Regina Luttrell yang biasanya disebut *Circular Model of Some for Social Communication* pada *Pengelolaan Instagram @set.dprd.jabar di Masa Pandemi Covid-19*. Teori komunikasi ini memiliki empat komponen mengenai media sosial diantaranya yakni *Share* (Membagikan), *Optimize* (Mengoptimalkan), *Manage* (Mengelola), dan *Engage* (Mengikutsertakan).

Model ini memiliki kegunaannya masing-masing yang apabila digabungkan akan menjadi bagian yang memungkinkan para praktisi untuk membuat strategi yang efektif. Luttrell (2015: 40) dalam bukunya menjelaskan bahwa *The Circular Model of Some for Social Communication* merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan para praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial.

### 1.5.3 Landasan Konseptual

#### 1. Pengelolaan

Proses perencanaan, pemantauan, dan pengarahan adalah semua kegiatan yang berada di bawah manajemen, dan kata "pengelolaan" juga dapat diterjemahkan sebagai "mengelola" atau "menangani". Dapat disimpulkan bahwa



pengertian manajemen atau pengelolaan tidak hanya mencakup pelaksanaan kegiatan tetapi juga manfaat dari manajemen itu sendiri, seperti perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan yang efektif untuk mencapai hasil yang optimal. Perencanaan pada hakekatnya akan berkaitan dengan manajemen secara keseluruhan termasuk dalam menjalankan fungsi pengelolaan.

Pengelolaan didefinisikan oleh Nugroho (2003:119) sebagai bahasa yang digunakan dalam teori manajemen. Hal ini berfokus pada proses cara mengelola dan penanganan, membantu dalam pencapaian yang diantisipasi, secara etimologis. Pengelolaan awalnya adalah (cara mengelola). Ilmu manajemen berkaitan dengan tata cara penanganan dan pengelolaan sesuatu dengan tujuan menciptakan harapan.

## 2. *Cyber Public Relations*

Strategi komunikasi yang efektif untuk perusahaan, organisasi, dan pemerintah yakni dilihat dari aktifnya praktisi humas yang harus terus beradaptasi dengan metode terkini saat mengembangkan suatu strategi. *Public Relations* harus memperbarui metode untuk semua aktivitasnya mengingat adanya suatu kemajuan teknologi.

Platform media sosial seperti Instagram banyak digunakan oleh perusahaan dan instansi untuk meningkatkan interaksi publik dan membangun reputasi mereka. Praktisi *Public Relations* menghadapi tantangan baru dalam beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan di era digital saat mengembangkan perusahaan, namun sejak adanya pandemi Covid-19 membuat sebagian aktivitas manusia dialihkan ke dunia maya (*cyber*).

*Cyber* atau dunia maya merupakan media yang ampuh untuk menyebarkan informasi perusahaan kepada masyarakat umum, sehingga menjadi upaya efektif yang sangat diperlukan oleh seorang praktisi *Public Relations*. *Cyber Public Relations* adalah bentuk aktivitas manusia yang menggunakan teknologi untuk berkomunikasi dengan banyak audiens dan menjadi bagian dari kegiatan *online Public Relations* yang menggunakan media elektronik dari Internet. *Cyber Public Relations* ialah sebuah istilah baru yang memiliki dasar dalam kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), maka inilah sikap adaptasi nya seorang *Public Relations*.

## **1.6 Langkah-langkah Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian akan dilaksanakan di Sekretariat DPRD provinsi Jawa Barat yang berada di Jl. Diponegoro No.27, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian di Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dengan alasan ketertarikan peneliti mengenai pengelolaan *Instagram* yang dikerjakan oleh bagian sekretariat selama masa pandemi Covid-19.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian yang dikaji saat ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan melihat validitas fenomena sosial yang terjadi saat ini, yang nantinya menjadi hasil konstruksi sosial dan bersifat relative. Hal ini menjelaskan terkait perilaku masyarakat yang terbentuk berdasarkan hasil analisa diri sendiri. Peneliti hanya meninjau dari sisi validitas sosial yang ada dan dijadikan sebagai data penelitian.

Peneliti sangat terbantu sekali dengan paradigma ini dalam memahami pengelolaan Instagram. Mengikuti data penelitian terdahulu, akun resmi Instagram @set.dprd.jabar Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat cukup apik dalam menyajikan beragam konten yang mana hal tersebut merupakan hasil dari aktivitas kinerja kehumasan (*Public Relations*).

Adapun pendekatan kualitatif yang digunakan oleh peneliti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, pendekatan penelitian kualitatif didasarkan pada fenomenologi dan paradigma konstruktivisme. Moleong (1994: 10-13) menggambarkan sebelas karakteristik metodologi subyektif, khususnya: menggunakan manusia sebagai instrumen utama, menggunakan latar alami, menggunakan metode kualitatif (seperti observasi, wawancara, atau studi dokumen) untuk mengumpulkan data, menganalisis data secara induktif, membangun teori dari bawah ke atas (*grounded theory*), menganalisis data secara deskriptif, lebih menitikberatkan pada proses daripada hasil, mempersempit fokus masalah penelitian, menggunakan kriteria diskrit (seperti triangulasi, pengecekan sejawat, deskripsi rinci, dan sebagainya) untuk memvalidasi data, menggunakan pendekatan sementara desain yang dapat diadaptasi

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode deskriptif. Kesesuaian metode pada penelitian ini membuat peneliti dapat mengeksplorasi dan menggambarkan fenomena atau objek penelitian yang ada di sekitar kita melalui data yang terkumpul. Pada metode deskriptif, peneliti akan memverifikasi lebih dalam mengenai penyusunan pada perencanaan konten yang akan dilaksanakan

oleh instansi, dan fenomena yang akan dideskripsikan ini terkait pengelolaan *Instagram* yang dilakukan oleh bagian Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat melalui akun *@set.dprd.jabar* di masa pandemi Covid-19 yang akan diekspresikan dalam bentuk uraian kata dan per-kalimat.

## **1.7 Jenis Data dan Sumber Data**

### **1.7.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan ialah kualitatif deskriptif. Penelitian yang nantinya hanya dijelaskan dalam bentuk kata-kata atau deskriptif, dengan menggambarkan atau mengilustrasikan bagaimana pengelolaan *Instagram* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat di masa pandemi Covid-19.

Jenis data kualitatif yang digunakan yakni:

- 1) Data terkait proses tahapan membagikan konten pada Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram *@set.dprd.jabar*.
- 2) Data terkait proses tahapan mengoptimalkan pesan pada Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram *@set.dprd.jabar*.
- 3) Data terkait proses tahapan mengelola informasi pada Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram *@set.dprd.jabar*.
- 4) Data terkait proses tahapan mengikutsertakan publik pada Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram *@set.dprd.jabar*.

### **1.7.2 Sumber Data**

#### **1. Sumber Data Primer**

Dalam penelitian, sumber data primer didapatkan langsung dari tempat penelitian yang dijadikan bahan objek peneliti, yakni pegawai Sekretariat DPRD

Provinsi Jawa Barat atau bagian Humas yang mengelola *Instagram* lewat wawancara dan pengamatan peneliti.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data tambahan yang diperoleh dari dokumen, angket, artikel, buku-buku, media sosial dan sebagainya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Sumber kedua ini didapatkan langsung dari *Instagram @set.dprd.jabar* yang mendukung kelengkapan informasi.

### **1.8 Teknik Pemilihan Informan**

#### **1.8.1 Informan dan Unit Analisis**

Peneliti akan menentukan informan yang menguasai serta mengetahui tentang apa yang menjadi fokus penelitian, dengan begitu peneliti dapat mengetahui informasi secara jelas dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Informan yang ditentukan oleh peneliti adalah Humas Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat, hal tersebut dikarenakan informan yang ditentukan merupakan seseorang yang menjalankan fungsinya sebagai Humas serta bagian yang lebih mengerti mengenai pengelolaan *Instagram* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dilihat dari perspektif *Public Relations*.

Penentuan unit analisis informan pada penelitian ini hanya mempelajari dan menjelaskan pengelolaan *Instagram* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dilihat dari perspektif *Public Relations*.

#### **1.8.2 Teknik Penentuan Informan**

Syarat yang dapat dijadikan sebagai informan pada penelitian ini yaitu:

- a) Divisi Humas Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat.
- b) Pengelola *Instagram* resmi Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat.

## **1.9 Teknik Pengumpulan Data**

### **1.9.1 Wawancara Mendalam**

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data yang dilakukan oleh peneliti bertanya secara langsung kepada narasumber untuk mendapatkan informasi. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam. Teknik ini dipilih oleh peneliti berharap agar memperoleh data yang jelas mengenai objek yang diteliti, dan juga peneliti dapat bertanya langsung dalam wawancara ini karena informan bebas memberikan jawaban secara lengkap dan data yang mungkin rahasia bisa diberikan.

Teknik pengumpulan data wawancara mendalam ini digunakan karena peneliti membutuhkan data beserta gambaran mengenai proses pengelolaan akun media sosial Instagram @set.dprd.jabar sebagai kegiatan online *Public Relations* pada humas Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat. Wawancara dilaksanakan dengan mendatangi kantor Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dan juga disesuaikan mengikuti jadwal informan yang tidak dapat diprediksi. Wawancara ini akan dilakukan secara langsung dan terbagi menjadi dua jenis pertanyaan yaitu:

- 1) Pertanyaan terstruktur, dengan daftar pertanyaan terkait pengelolaan akun media sosial Instagram @set.dprd.jabar tersebut.
- 2) Pertanyaan Spontan, yang diluar dari daftar pertanyaan yang ada dengan melalui perkembangan semasa proses wawancara yang bersifat informal.

### **1.9.2 Observasi Partisipasi Pasif**

Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan observasi partisipasi pasif sebagai teknik pengumpulan data penelitian. Fokus dan pertanyaan penelitian tidak dikerjakan langsung oleh peneliti, karena peneliti hanya akan melakukan

pengamatan dan analisa terhadap aktivitas yang dilakukan oleh staf bagian pengelola Instagram Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat. Hal inilah alasan yang membuat peneliti memilih menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipasi pasif. Karena observasi partisipasi pasif itu sendiri adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dengan cara mengamati dan mendeskripsikan fenomena yang terjadi tetapi tidak berhubungan langsung dengan apa yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan partisipasi pasif dalam observasi, karena peneliti tidak berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan yang diteliti atau tidak melakukan kegiatan yang menjadi fokus penelitian. Peneliti hanya mengamati dan menganalisis kegiatan yang dilakukan. Metode ini diharapkan mampu mengkaji kegiatan pengelolaan akun media sosial Instagram yang menjadi sumber data di lapangan secara lebih mendalam dan detail. Pemilihan metode ini juga diikuti dengan kesediaan peneliti untuk bekerja sama, sehingga informan dapat menjaga rahasia perusahaan dan tidak terganggu dengan adanya penelitian.

#### **1.10 Teknik Analisis Data**

Data yang sebelumnya dikumpulkan peneliti dalam penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu menggunakan teks, skema, gambar dan penjelasan yang sesuai dengan realitas yang ada di lapangan untuk diolah. Peneliti menggunakan metode untuk analisis data dengan model Miles dan Huberman, menggunakan tiga jalur analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan agar lebih mudah dipahami. Miles dan

Huberman (2009:16) mengemukakan bahwa proses yang dilakukan dalam analisis data adalah:

### **1.10.1 Reduksi Data**

Reduksi data merupakan pemilahan data yang diperoleh secara langsung, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan secara jelas hasil pengamatan dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat mengenai pengelolaan *Instagram*. Pada prosesnya, data yang didapatkan dari berbagai sumber pendukung data, yaitu data yang dirilis melalui data pra-penelitian, data situs resmi, serta data yang disajikan melalui media *online* maupun media *offline*.

### **1.10.2 Penyajian Data**

Pada tahap penyajian data, informasi yang ditemukan peneliti dikumpulkan dan disusun dengan rapi. Pada penelitian kualitatif, penyajian data biasanya disajikan secara singkat seperti dalam bentuk tabel, bagan, grafik, dan lain sebagainya. Tujuan penyajian data tersebut adalah untuk memudahkan pembaca dalam memahami maksud dan tujuan penelitian mengenai bagaimana pengelolaan *Instagram* yang dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat dilihat dari perspektif *Public Relations*.

### **1.10.3 Simpulan**

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah diolah melalui tahap reduksi data dan penyajian data. Kesimpulan merupakan proses akhir dari semua tahapan yang telah dijalankan. Pada saat menarik kesimpulan, perlu untuk mendapatkan bukti kuat dari reduksi data dan penyajian data, selain menarik kesimpulan, data yang terdapat pada tabel



terlampir pada halaman terakhir juga harus dilampirkan.

### 1.11 Rencana Jadwal Penelitian

*Table 2 Rencana Jadwal Penelitian*

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

No	Kegiatan	Bulan					
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Rencana Pembuatan Proposal Penelitian						
2	Pengajuan Judul						
3	Bimbingan						
4	Bimbingan & Revisi						
5	Seminar Usulan Penelitian Skripsi						
6	Revisi Proposal						
7	Bimbingan, Pengumpulan dan Analisis Data Skripsi						
10	Sidang Munaqosah						