

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Di era *digital* saat ini, informasi dapat dengan mudah diakses oleh publik. Instansi atau lembaga tidak lagi memiliki kendali penuh atas narasi yang berkembang. Publik memiliki akses untuk mencari informasi, menggali fakta, dan membentuk opini mereka sendiri, sehingga instansi memiliki tanggung jawab dalam menjaga citra atau mencitrakan tempat dimana instansi tersebut berada. Leslie Gaines Ross (2002) mendefinisikan citra sebagai jendela yang memperlihatkan bagaimana entitas dilihat dan dinilai oleh masyarakat. Citra ini mencakup reputasi, identitas, dan persepsi yang dibangun melalui interaksi dan komunikasi yang berlangsung.

Citra positif instansi atau lembaga memiliki dampak yang signifikan pada berbagai aspek, termasuk dukungan masyarakat, hubungan dengan pemangku kepentingan, keberlanjutan organisasi, dan keberhasilan program atau kegiatan yang dilakukan. Citra positif memperkuat reputasi baik instansi maupun lembaga agar saling menguntungkan dengan publik dan mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat dengan membangun hubungan baik.

Pengelolaan citra merupakan aspek penting dalam keberhasilan suatu organisasi. Citra yang positif dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan. Citra positif membantu instansi atau lembaga untuk mendapatkan kepercayaan, meningkatkan

keterlibatan publik, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.

Instansi atau lembaga yang terlibat secara aktif dalam kegiatan masyarakat, seperti kegiatan sosial, program pengabdian masyarakat, atau kampanye lingkungan, dapat meningkatkan citra positif mereka. Partisipasi dalam masyarakat menunjukkan komitmen instansi atau lembaga terhadap kepentingan publik dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan.

Di era informasi dan komunikasi yang semakin maju, citra sebuah instansi atau lembaga memiliki peran yang sangat penting. Citra positif yang dibangun dapat memengaruhi persepsi publik, memperoleh kepercayaan, dan mendukung pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, praktisi humas menjadi krusial dalam menjaga dan meningkatkan citra instansi.

Instansi atau lembaga harus memiliki praktisi humas atau *public relations officer* yang transparan, menjaga integritas informasi, dan memberikan akses yang lebih terbuka kepada publik untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terkini. Cutlip Center, dan Broom (2000) dalam bukunya *Effective Public Relations* menyatakan *public relations* sebagai fungsi manajemen yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan positif serta bermanfaat antara organisasi dan publik yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Sebagai seorang praktisi *public relations*, penting untuk memiliki pemahaman mendalam tentang persepsi yang terbentuk terhadap perusahaan. Dengan demikian, *public relations* memiliki tanggung jawab untuk merawat reputasi perusahaan dengan berbagai strategi guna mencegah penyebaran informasi

negatif dari masyarakat tentang perusahaan. Semakin positif citra perusahaan yang dibangun, akan semakin meningkatkan nilai tambah dan posisi yang baik bagi lembaga tersebut.

Demikian pula, fungsi praktisi humas pada instansi pemerintah atau daerah memiliki tanggung jawab serupa dalam menjaga citra positif instansi tersebut dan memperkenalkan daerah atau tempat dimana instansi berada. Selain itu, mereka berperan sebagai penghubung untuk menyampaikan informasi mengenai tindakan-tindakan dan kebijaksanaan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah kepada masyarakat.

Praktisi humas melibatkan berbagai kegiatan yang direncanakan dan dilaksanakan untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan citra positif instansi atau lembaga di mata publik. Salah satu pendekatan yang efektif dalam mengelola citra instansi atau lembaga adalah melalui strategi *public relations*. Penting bagi praktisi *public relations* dalam menggunakan strategi untuk mencapai tujuan dan sasaran usaha jangka panjang (Cutlip & Broom, 2006 : 353).

Strategi hubungan masyarakat atau *public relations* dapat diartikan sebagai pilihan terbaik yang dipilih untuk mencapai tujuan hubungan masyarakat dalam rangka rencana atau perencanaan hubungan masyarakat. (Ruslan, 2007 : 134). Dalam konteks ini, praktisi humas atau *public relations* memiliki peranan sentral dalam mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan citra organisasi. Strategi ini mencakup komunikasi efektif, partisipasi dalam masyarakat, dan pengelolaan reputasi.

Komunikasi efektif merupakan salah satu pilar utama dalam strategi praktisi humas. Instansi atau lembaga harus mampu mengomunikasikan pesan yang jelas, konsisten, dan relevan kepada publiknya. Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk media massa, media sosial, situs web, acara publik, dan lain sebagainya. Melalui komunikasi yang tepat, instansi atau lembaga dapat menginformasikan kegiatan dan program yang mereka lakukan, menjelaskan tujuan dan manfaatnya, serta menggugah minat dan dukungan dari publik.

Instansi atau lembaga yang terlibat secara aktif dalam kegiatan masyarakat, seperti kegiatan sosial, program pengabdian masyarakat, atau kampanye lingkungan, dapat meningkatkan citra positif mereka. Partisipasi dalam masyarakat menunjukkan komitmen instansi atau lembaga terhadap kepentingan publik dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan.

Pengelolaan reputasi merupakan bagian integral dari strategi *public relations*. Instansi atau lembaga perlu menjaga reputasi mereka melalui pemantauan media, pengelolaan hubungan dengan media, dan pemantauan umpan balik publik. Melalui pengelolaan reputasi yang baik, instansi atau lembaga dapat merespon dengan tepat terhadap isu-isu yang berkembang dan memperkuat citra positif mereka.

Dalam dunia yang terus berkembang dengan cepat, lembaga pemerintahan juga harus tetap menjaga reputasi dan meningkatkan citra positif mereka dengan beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam memberikan akses informasi adalah Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat (Dispusipda Jabar).

Dispusipda Jabar memiliki fungsi dan tugas dalam pengelolaan perpustakaan dan kearsipan di Jawa Barat. Fungsi utamanya adalah menyelenggarakan pembinaan, pengelolaan, dan pengembangan perpustakaan dan kearsipan di tingkat daerah. Tugasnya meliputi pengembangan koleksi, penyelenggaraan layanan perpustakaan, pengelolaan kearsipan, dan pengembangan sumber daya manusia di bidang perpustakaan dan kearsipan.

Dispusipda Jabar menyediakan berbagai layanan perpustakaan kepada masyarakat. Ini termasuk peminjaman buku, akses ke koleksi *digital*, layanan referensi, program literasi, dan kegiatan-kegiatan lain yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca dan pengetahuan masyarakat. Dispusipda Jabar juga bertanggung jawab dalam pengelolaan kearsipan di Jawa Barat. Ini meliputi pengumpulan, pengolahan, dan pelestarian arsip-arsip yang penting untuk kepentingan pemerintahan, sejarah, dan administrasi.

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah (Dispusipda) Jawa Barat secara aktif menyelenggarakan berbagai program dan kegiatan untuk meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap perpustakaan dan kearsipan. Inisiatif ini mencakup berbagai acara seperti seminar, pelatihan, lokakarya, pameran, dan kegiatan lainnya yang melibatkan komunitas perpustakaan dan kearsipan. Dispusipda Jawa Barat juga menjalin kerjasama dengan berbagai instansi dan lembaga terkait dalam upaya meningkatkan pelayanan perpustakaan dan kearsipan di wilayah Jawa Barat. Kolaborasi tersebut mencakup pemberdayaan perpustakaan desa, kerjasama dengan sekolah, universitas, dan lembaga pemerintahan lainnya. Semua upaya ini bertujuan untuk meningkatkan peran dan manfaat perpustakaan

serta kearsipan dalam mendukung pendidikan, penelitian, dan pelayanan informasi di wilayah Jawa Barat.

Pra penelitian yang dilansir dari artikel yang berjudul *JMSI Jabar dan Dispusipda Berkepentingan Meningkatkan Literasi Masyarakat* (<http://www.rmoljabar.com> 2022) menyebutkan bahwa selama ini masyarakat masih memandang sebelah mata terhadap tugas yang diemban para arsiparis dan pustakawan yang ada di lembaga. Oleh karena itu, Dinas Perpustakaan & Arsip Daerah (Dispusipda) Jabar memanfaatkan momentum tersebut sebagai motivasi untuk bekerja lebih giat dalam meningkatkan tingkat literasi masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, Dispusipda telah meluncurkan berbagai program unggulan yang mendekatkan buku dengan masyarakat dan memberikan kemudahan akses literasi.

Program-program ini mencakup berbagai inisiatif, mulai dari program membaca secara offline yang mendorong masyarakat untuk datang langsung ke perpustakaan, hingga program Kotak Literasi Cerdas (Kolecer) yang menyediakan buku-buku di ruang publik di Jawa Barat. Dispusipda juga memanfaatkan teknologi di era digital dengan menyediakan program literasi berbasis *digital*, seperti program Candil (maca dina *digital library*). Semua program ini bertujuan untuk meningkatkan minat baca dan membantu masyarakat dalam mengakses berbagai sumber literasi.

Dispusipda Jabar berupaya mengadopsi inovasi dan teknologi terkini dalam pengelolaan perpustakaan dan kearsipan. Ini termasuk penggunaan sistem manajemen perpustakaan berbasis komputer, digitalisasi koleksi, dan pemanfaatan

platform online untuk memperluas akses publik. Lembaga perpustakaan ini memiliki peranan strategis dalam konteks pembangunan masyarakat, pendidikan, perpustakaan, dan kearsipan dengan memberikan akses informasi kepada masyarakat. Melalui koleksi buku, jurnal, dan media *digital* lainnya, Dispusipda Jabar dapat membantu meningkatkan literasi dan pengetahuan masyarakat di Jawa Barat. Dispusipda Jabar juga bertransformasi dengan menyediakan platform online seperti *e-library* atau website resmi sebagai sarana bagi penggunanya untuk mengakses sumber-sumber informasi secara mudah dan praktis.

Adanya program-program yang diluncurkan, menjadikan salah satu bentuk upaya dalam meningkatkan citra Dispusipda Jabar. Upaya yang dijalankan ini harus dibantu oleh seorang praktisi humas Dispusipda Jawa Barat. Dispusipda Jabar termasuk lembaga pemerintah yang mampu menampung penilaian masyarakat agar mampu menjadi perpustakaan lebih baik. Sehingga hasil dari citra baik yang didapat oleh Dispusipda Jabar akan mudah dalam menjalankan program-program yang ada.

Berdasarkan data dari pra penelitian, tercatat bahwa total pengunjung keperpustakaan secara langsung dari tahun 2017 hingga Juli 2023 mencapai 569,716 orang (sumber: [www.dispusipdajabarprov.go.id](http://www.dispusipdajabarprov.go.id)). Jumlah ini menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan bagi Dispusipda Jabar yang terus berupaya mengembangkan pembangunan setiap tahunnya. Upaya gencar dalam mensosialisasikan minat membaca secara offline, didukung dengan fasilitas, sarana, dan prasarana yang memadai serta pelayanan yang baik, telah memberikan dampak positif bagi masyarakat, khususnya kaum pemuda dan anak usia dini.

Semua ini mengindikasikan bahwa Dispusipda Jabar berhasil meningkatkan apresiasi dan partisipasi masyarakat terhadap perpustakaan dengan baik.

Citra positif lembaga dapat berdampak pada peningkatan pelayanan yang diberikan oleh Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Jawa Barat. Oleh karena itu, menciptakan dan memelihara citra yang baik dari masyarakat menjadi hal yang krusial. Peran Humas dalam program ini menjadi sangat penting, karena mereka bertanggung jawab untuk menciptakan dampak positif sehingga program yang dilaksanakan dapat berjalan sesuai harapan. Selain memastikan citra positif, Humas juga perlu terus berupaya meningkatkan kesan dan penilaian baik terhadap Dispusipda Jabar. Hal ini menjadi hal yang terus diperhatikan sesuai dengan tugas dan fungsinya dalam menjaga reputasi dan kepercayaan dari masyarakat terhadap lembaga ini.

Berdasarkan fenomena yang didapat, peneliti menemukan hal yang menarik untuk diteliti sebagai upaya para praktisi humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra positif lembaganya, termasuk program-program yang diimplementasikan oleh Dispusipda Jabar seperti Program Maca Dina *Digital Library* (Candil), Kotak Literasi Cerdas (Kolecer), Kampanye Literasi, Arsip, dan Musik (Klasik), Perpustakaan Keliling (Pusling), Siaran Keliling (Sarling), Informasi Sepekan Perpustakaan dan Kearsipan (Inspeksi), serta berbagai program lainnya. yang menjadi salah satu bentuk dalam upaya meningkatkan minat literasi masyarakat sehingga menjadi faktor meningkatnya citra positif Dispusipda Jabar.

Melalui penelitian ini, dapat diidentifikasi strategi dan inovasi yang telah dilakukan oleh lembaga ini terkhusus Humas Dispusipda Jabar dalam upaya

meningkatkan minat literasi masyarakat sehingga menjadi faktor meningkatnya citra positif Dispusipda Jabar, sehingga dapat menjadi contoh atau referensi bagi lembaga sejenis lainnya. maka hal itu menjadi alasan bagi peneliti untuk tertarik mengkaji lebih dalam bagaimana Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat melakukan strategi dalam upaya dalam meningkatkan citra positif lembaga.

### **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah peneliti tulis diatas, maka penelitian ini memiliki fokus terhadap “Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga”, dengan begitu diajukan beberapa pertanyaan penelitian mengenai:

1. Bagaimana identifikasi masalah yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga?
2. Bagaimana perencanaan program yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga?
3. Bagaimana pelaksanaan program dan komunikasi yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga?
4. Bagaimana evaluasi dari program yang dilakukan humas Dispusipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus pertanyaan yang telah peneliti tulis diatas, maka pada penelitian yang peneliti lakukan memiliki beberapa tujuan:

1. Mengetahui identifikasi masalah yang di lakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga.
2. Mengetahui perencanaan program yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga.
3. Mengetahui pelaksanaan program dan komunikasi yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga.
4. Mengetahui evaluasi dari program yang dilakukan Humas Dipsuipda Jabar sebagai Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan maksud dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan dalam bidang ilmu pengetahuan. Manfaat dari penelitian ini mencakup beberapa hal sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan Akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperluas pengetahuan mengenai proses pembentukan, peningkatan, dan pemeliharaan citra positif suatu lembaga. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan

wawasan dan informasi baru yang berharga dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations*/Humas. Temuan dan deskripsi yang disajikan secara faktual diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian serupa di masa depan.

## **2. Kegunaan Praktisi**

Penelitian ini diharapkan agar suatu lembaga dapat memberikan pengetahuan, informasi serta pemahaman terkait bagaimana Humas dalam menjalankan tugasnya dalam suatu instansi dalam rangka meningkatkan citra positif serta kepercayaan instansi tersebut. Kegunaan penelitian untuk *professional public relations* atau praktisi *public relations* diharapkan dapat membentuk, memelihara, mempertahankan, dan meningkatkan citra lembaga dalam menjalin hubungan-hubungan dengan publik baik internal maupun eksternal.

## **E. Kajian Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang relevan ini bertujuan untuk menjadi referensi dan analisis fundamental bagi peneliti dalam melakukan penelitian terkait. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terkait, kemudian mengklasifikasikannya berdasarkan persamaan dan perbedaan yang ada. Dengan menggunakan data yang diperoleh, beberapa penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian ini dapat diidentifikasi, yaitu:

*Pertama*, Julita Monica Angelica Raturoma dan Lina Sinatra Wijaya (2018) dalam penelitian mengenai Aktivitas *Public relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Borobudur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah aktivitas *public relations* yang dilakukan selama ini dapat

meningkatkan citra di Taman Wisata Candi Borobudur atau belum. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua aktivitas *public relations*, baik internal maupun eksternal, dilakukan dalam upaya meningkatkan citra TWC Borobudur di mata masyarakat. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek tema yakni peningkatan citra.

*Kedua*, Gandung Nuswantoro, Yusuf Zaenal Abidin, Paryati (2019) dalam penelitian mengenai Strategi Dinas Penerangan Kodam III/Siliwangi dalam Meningkatkan Citra Positif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilaksanakan oleh Pemdams III/Siliwangi dalam meningkatkan citra positif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan pemdams III/Siliwangi dalam melaksanakan program kegiatan dalam rangka meningkatkan citra positif memperhatikan unsur citra yaitu (mirror image, current image, wish image, multiple image) sebagai acuan meningkatkan citra positif. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek tema yakni peningkatan citra.

*Ketiga*, Ahmad Zulfikar, Muh. Iqbal Sultan, dan Kahar (2017) dalam penelitian mengenai Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo Sebagai Rumah Sakit Berstandar Internasional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran Humas dalam meningkatkan citra Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo dan mengetahui faktor pendukung dan

penghambat humas dalam meningkatkan citra di Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan ada lima peran yang dijalankan oleh praktisi humas Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo dalam rangka meningkatkan citra rumah sakit. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti terletak pada objek tema yakni peningkatan citra yang dilakukan oleh divisi humas.

*Keempat*, Siti Faridah (2020) dalam penelitian mengenai Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra publik lembaga Pendidikan pada masa pandemi covid-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan yang merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap studi literature, buku dan laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas dapat menggunakan beberapa strategi dalam meningkatkan citra publik lembaga pendidikan pada masa pandemic covid-19. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti terletak pada penekanan pembahasan penelitian mengenai peningkatan citra.

*Kelima*, Patricia Gaby Pranabella dan Durinta Puspasari (2021) dalam penelitian mengenai Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. Tujuan dari penelitian ini untuk memahami strategi humas yang digunakan oleh Kantor Pos Pusat Surabaya dalam meningkatkan citra

perusahaanya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas PT. Pos Indonesia Pusat Surabaya telah menjalankan strategi PENCILS dengan baik melalui indikator strategi dan indikator citra. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti terletak pada penekanan pembahasan penelitian mengenai peningkatan citra.



Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Relevansi	Hasil Penelitian
1.	Julita Monica Angelica Raturoma dan Lina Sinatra Wijaya (2018)	Aktivitas <i>Public Relations</i> dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Borobudur.	Untuk mengetahui apakah aktivitas public relations yang dilakukan selama ini dapat meningkatkan citra di Taman Wisata Candi Borobudur atau belum.	Deskriptif Kualitatif	Objek tema mengenai peningkatan citra.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua aktivitas <i>public relations</i> , baik internal maupun eksternal, dilakukan dalam upaya meningkatkan citra TWC Borobudur di mata masyarakat.
2.	Gandung Nuswantoro, Yusuf Zaenal Abidin, Paryati (2019)	Strategi Dinas Penerangan Kodam III/Siliwangi dalam Meningkatkan Citra Positif.	Untuk mengetahui strategi yang dilaksanakan oleh Pemdams III/Siliwangi dalam meningkatkan citra positif.	Studi Kualitatif	Objek tema mengenai peningkatan citra.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan pemdams III/Siliwangi dalam melaksanakan program kegiatan dalam rangka meningkatkan citra positif memperhatikan unsur citra yaitu ( <i>mirror image, current image, wish image, multiple image</i> ) sebagai acuan meningkatkan citra positif.
3.	Ahmad Zulfikar, Muh. Iqbal Sultan, dan Kahar (2017)	Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo Sebagai Rumah	Untuk mengetahui peran Humas dalam meningkatkan citra Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo dan mengetahui faktor pendukung	Kualitatif	Objek tema yakni peningkatan citra yang dilakukan oleh divisi humas.	Hasil penelitian menunjukkan ada lima peran yang dijalankan oleh praktisi humas Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo dalam rangka meningkatkan citra rumah sakit.

		Sakit Berstandar Internasional.	dang penghambat humas dalam meningkatkan citra di Rumah Sakit Dr Wahidin Sudirohusodo.			
4.	Siti Faridah (2020)	Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa <i>Pandemic Covid-19</i> .	Untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra publik lembaga pendidikan pada masa <i>pandemic covid-19</i> .	Studi Kepustakaan	Objek tema yakni peningkatan citra yang dilakukan oleh divisi humas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas dapat menggunakan beberapa strategi dalam meningkatkan citra publik lembaga pendidikan pada masa <i>pandemic covid-19</i> .
5.	Patricia Gaby Pranabella dan Durinta Puspasari (2021)	Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Perusahaan.	Untuk memahami strategi humas yang digunakan oleh Kantor Pos Pusat Surabaya dalam meningkatkan citra perusahaanya	Deksriptif Kualitatif	Objek tema yakni peningkatan citra yang dilakukan oleh divisi humas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas PT. Pos Indonesia Pusat Surabaya telah menjalankan strategi PENCILS dengan baik melalui indikator strategi dan indikator citra.

## F. Landasan Pemikiran

### 1. Landasan Teoritis

Landasan teoretis yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah *Four Step Public Relations* dari Cutlip, Center, dan Broom. Dalam mengelola kegiatan, dibutuhkan proses yang sistematis dan terarah. Konsep *Four Step Public Relations* ini dapat menjadi panduan bagi seorang praktisi humas dalam menjalankan tugasnya. Beberapa tahapan atau proses yang harus dilakukan oleh seorang praktisi humas dalam merencanakan program kerjanya meliputi:

1. *Defining public relations problems* dengan cara menjawab pertanyaan *what's happening now*.
2. *Planning and programming*, yakni perumusan mengenai strategi atas informasi yang sebelumnya terkumpul dengan cara menjawab pertanyaan *what should do and say and why*.
3. *Taking action and communicating* yang merupakan implementasi atas perencanaan dengan menjawab pertanyaan *how and when do and say it*.
4. *Evaluating the program* sebagai bentuk penentuan apakah program harus diteruskan atau tidak, dengan menjawab pertanyaan *how did we do* (Cutlip, Center, & Broom, 2016, hal. 108).

*Defining public relations* merupakan langkah awal bagi seorang *public relations* dalam mengelola citra dengan cara menganalisis situasi. Analisis situasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai permasalahan dan persepsi internal dan eksternal terkait lembaga. Dengan melakukan peninjauan menyeluruh, praktisi humas dapat mengidentifikasi secara

rinci masalah dan kekurangan dari lembaga yang perlu diatasi. (Morissan, 2010, hal. 114).

Setelah mengumpulkan permasalahan yang relevan, langkah berikutnya adalah merumuskan kegiatan atau langkah-langkah yang dapat mengatasi permasalahan tersebut. Dalam proses perencanaan, seorang praktisi humas harus memperhatikan beberapa unsur yang harus dimasukkan sebelum eksekusi program dimulai. Unsur-unsur tersebut meliputi tujuan atau pesan yang ingin disampaikan melalui program, pihak-pihak atau mitra yang akan diajak bekerja sama dalam program, serta strategi komunikasi yang akan digunakan untuk memastikan efektivitas pelaksanaan program tersebut. Dengan mempertimbangkan elemen-elemen ini, pelaksanaan program dapat menjadi lebih efektif dan berhasil mencapai tujuannya. (Hayes, Hendrix, & Kumar, 2007, hal. 29-30).

Tahap selanjutnya yang dilakukan *public relations* yakni melaksanakan kegiatan dan mengkomunikasikan informasi kepada pihak-pihak yang menjadi target dari kegiatan tersebut. Meskipun *public relations* telah melakukan perencanaan dengan matang, namun pada tahap pelaksanaan, mereka perlu mengatur bagaimana dan kapan program ini akan diimplementasikan dengan tepat. Selain itu, selama pelaksanaan program, *public relations* harus mampu merespons dan menampung masukan terkait program yang mungkin muncul dari pihak-pihak terkait atau masyarakat sehingga program tersebut dapat berjalan dengan lebih baik dan efektif. (Morissan, 2010, hal. 183).

Tahap terakhir dalam *public relations* adalah evaluasi terhadap keberlangsungan kegiatan dan program yang telah melalui proses yang teliti.

Evaluasi ini bertujuan untuk menentukan apakah kegiatan tersebut perlu dilaksanakan kembali atau tidak. Keputusan mengenai kelanjutan program didasarkan pada hasil umpan balik mengenai citra dan kinerja lembaga. Jika kegiatan memberikan dampak yang positif, maka program akan diteruskan. Namun, jika kegiatan atau program dianggap kurang efektif, maka akan dilakukan perbaikan untuk mengatasi kekurangan tersebut.

Pada proses pengelolaan kegiatan, konsep *four step public relations* menjadi fondasi utama yang sering digunakan oleh praktisi public relations. Humas Dispusipda Jabar, yang bertanggung jawab dalam menjaga citra positif dan reputasi instansi, memiliki strategi khusus dalam merancang program-program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, baik internal maupun eksternal. Strategi ini menjadi langkah awal dalam pembentukan, pengelolaan, dan pemeliharaan citra instansi, serta meningkatkannya seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu, konsep *four step public relations* dipandang sangat relevan dengan judul penelitian yang akan dilakukan.

## **2. Landasan Konseptual**

Landasan konseptual pada penelitian ini yaitu *public relations*, strategi, humas pemerintah dan citra.

### *a. Public Relations*

Menurut Rex. F. Harlow, bahwa *public relations* merupakan suatu fungsi manajemen khusus yang bertujuan untuk membangun dan memelihara komunikasi yang efektif, pemahaman bersama, saling penerimaan, dan kerjasama antara suatu organisasi dengan publiknya. *Public relations* berperan dalam mengelola isu-isu

atau masalah yang muncul, serta membantu manajemen agar tetap tanggap terhadap opini publik dengan menyediakan informasi terkini.

Melalui perspektif *public relations*, terdapat penekanan pada tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik. *Public relations* berperan penting dalam membantu manajemen untuk beradaptasi dengan perubahan dan mengambil keuntungan dari perubahan tersebut secara efektif. Sebagai sistem peringatan dini, *public relations* berfungsi untuk mengantisipasi arah perubahan dan tren yang dapat mempengaruhi organisasi. Selain itu, *public relations* juga menggunakan riset dan komunikasi yang etis sebagai alat utama dalam menjalankan fungsinya. (Cutlip, Center and Broom, 2011 : 5).

IPRA (*International Public Relations Association*) mengartikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau negara. Tujuan dari fungsi ini adalah untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari pihak-pihak yang terkait atau memiliki potensi hubungan dengan organisasi tersebut. Dalam mencapai tujuan ini, *public relations* melakukan penelitian opini publik untuk memahami pandangan dan harapan dari berbagai pihak yang terlibat. Selanjutnya, dengan berlandaskan pada penelitian tersebut, *public relations* merencanakan dan menyebarkan informasi yang produktif dan efisien, serta berusaha untuk memenuhi keinginan bersama dari semua pihak terkait. (Ardianto, 2016 : 10).

Pada dasarnya, *public relations* memiliki esensi yang sangat penting dalam menciptakan citra baik, itikad baik, saling pengertian, kepercayaan bersama, saling menghargai, dan toleransi di antara berbagai pihak yang terlibat. *Public relations*

berperan dalam membina dan mempertahankan hubungan yang positif antara organisasi dengan publiknya, menciptakan iklim yang harmonis, serta meningkatkan tingkat kepercayaan dan kesetiaan dari masyarakat, pelanggan, dan stakeholder lainnya.

Melalui upaya komunikasi yang efektif dan strategi yang matang, *public relations* berusaha membangun image positif dan menciptakan *goodwill* untuk organisasi. Hal ini mencakup penyebaran informasi yang jujur dan transparan, serta memastikan bahwa nilai-nilai dan tujuan organisasi tercermin dengan baik dalam setiap tindakan dan kebijakan yang diambil.

Selain itu, *public relations* juga berfokus pada pembangunan saling pengertian dan memahami kebutuhan serta keinginan dari berbagai pihak yang terlibat dalam organisasi. Dengan saling berkomunikasi secara efektif, *public relations* berusaha mencapai kesepakatan dan solusi yang saling menguntungkan bagi semua pihak.

Aspek *mutual confidence* dan *mutual appreciation* juga menjadi fokus penting dalam upaya *public relations*. Dengan membangun rasa saling percaya dan menghargai, organisasi dapat memperkuat hubungan dengan publiknya dan menciptakan iklim yang positif bagi kolaborasi dan kerjasama yang lebih baik.

Tak kalah pentingnya adalah nilai toleransi dalam praktik *public relations*. Dalam menghadapi perbedaan pendapat atau pandangan, *public relations* berusaha untuk menjaga sikap yang terbuka, menghormati perbedaan, dan mencari jalan tengah yang adil dan seimbang.

Secara keseluruhan, *public relations* berperan sebagai pilar penting dalam menciptakan hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara organisasi dengan publiknya. Dengan mengutamakan citra baik, itikad baik, saling pengertian, kepercayaan bersama, saling menghargai, dan toleransi, *public relations* berkontribusi secara positif dalam menjaga dan memperkuat hubungan baik antara organisasi dan masyarakat luas. (Ardianto, 2016 : 10).

#### b. **Strategi**

Strategi merupakan suatu rencana yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan yang ada di lingkungan eksternal, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan atau lembaga dapat tercapai melalui pelaksanaan yang tepat. Dalam seluruh tahapan dari perencanaan hingga pelaksanaan program, penggunaan strategi menjadi kunci untuk memastikan program kerja yang dijalankan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan dengan tepat dan efisien. Terdapat dua definisi strategi, yaitu secara umum dan secara khusus.

Secara umum, strategi merupakan proses penentuan rencana oleh para pemimpin yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi. Rencana ini mencakup program kerja yang akan diimplementasikan baik saat ini maupun di masa depan, serta menyusun cara atau metode yang akan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan atau lembaga dengan hasil yang diharapkan.

Secara khusus, strategi adalah tindakan berkelanjutan yang dilakukan dengan mempertimbangkan harapan dan kebutuhan para pelanggan atau konsumen di masa mendatang. Perubahan pasar dan pergeseran preferensi konsumen sering

terjadi, dan oleh karena itu, strategi harus direncanakan dengan cermat agar konsumen tetap loyal dan tidak beralih ke perusahaan pesaing. Dengan mengantisipasi perubahan dan selalu berinovasi, perusahaan dapat tetap relevan dan berdaya saing di pasar.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah proses perencanaan yang dilakukan oleh departemen atau bidang tertentu di perusahaan atau lembaga guna menciptakan inovasi baru. Inovasi ini bertujuan untuk mempertahankan kepercayaan dari pelanggan atau konsumen. Melalui perencanaan yang matang, inovasi tersebut akan membantu mempertahankan citra positif perusahaan di mata masyarakat.

c. **Humas Pemerintah**

Humas pemerintah memiliki kesamaan dengan humas pada umumnya dalam hal fungsi dan tugasnya. Sebagai humas lembaga pemerintah, perannya menjadi sangat penting dalam penyebaran informasi mengenai kebijakan, program, dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat. Tugas humas pemerintah ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam menjalankan fungsinya untuk berkomunikasi dengan publik dan menciptakan pemahaman yang baik mengenai kegiatan pemerintah. (Rahmadi, 1999: 77).

Humas dalam pemerintah merupakan elemen penting dalam proses komunikasi antara lembaga atau instansi pemerintah dengan masyarakat. Tugas humas pemerintah adalah memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai kebijakan, program, dan langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah kepada publik secara luas. Selain itu, humas juga berperan dalam menjaga hubungan yang

harmonis antara lembaga atau instansi dengan masyarakat agar tercipta saling pengertian dan kepercayaan yang baik.

Pelayanan yang baik dan sikap yang ramah menjadi kunci dalam memperoleh apresiasi dan dukungan dari publik. Dengan demikian, humas dalam pemerintah memiliki peran strategis dalam memastikan pemahaman dan penghargaan yang maksimal dari masyarakat terhadap berbagai aktivitas dan program yang dilakukan oleh instansi pemerintah.

#### d. **Citra**

Citra adalah kesan, pandangan, atau gambaran yang dimiliki oleh masyarakat terhadap suatu perusahaan, individu, atau organisasi. Citra ini dapat dibentuk dengan sengaja melalui berbagai strategi untuk menciptakan kesan yang positif. Memiliki citra yang baik menjadi salah satu aset penting bagi perusahaan atau organisasi (*Favourable Opinion*), yang harus terus dibangun dan dijaga dengan baik.

Citra yang positif memiliki kekuatan untuk tidak hanya menarik konsumen atau klien dalam memilih produk atau perusahaan tersebut, tetapi juga dapat meningkatkan sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Dengan demikian, menjaga citra yang baik merupakan hal yang penting dan strategis dalam dunia bisnis dan organisasi. (Ardianto, 2012 : 111)

Citra yang positif menjadi kunci keberhasilan sebuah lembaga, karena dapat mendorong semangat hidup dan kreativitas anggotanya. Dengan citra yang baik, orang-orang dalam lembaga merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan kontribusi terbaiknya. Selain itu, citra yang positif juga meningkatkan kepercayaan

masyarakat terhadap lembaga, sehingga masyarakat lebih bersedia bekerja sama dan mendukung kegiatan yang dilakukan. Dengan demikian, lembaga dapat memberikan manfaat yang lebih besar dan berarti bagi masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi setiap lembaga untuk secara aktif membangun dan memelihara citra positif melalui berbagai upaya komunikasi dan pelayanan yang baik. (Kasali, 1994 : 30).

Citralah kunci bagi keberhasilan suatu instansi, karena dengan citra positif, instansi akan lebih disukai, dihargai, dan didukung oleh berbagai pihak yang berpengaruh terhadap kesuksesannya. Proses pembentukan citra ini memerlukan waktu dan harus dilakukan melalui upaya yang tepat dari bagian atau divisi yang berperan dalam organisasi. Dengan citra yang baik, instansi dapat menarik lebih banyak dukungan dan kolaborasi yang berkontribusi pada mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penting bagi instansi untuk secara aktif membangun dan merawat citra positifnya melalui strategi dan komunikasi yang efektif.

## **G. Langkah-langkah Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian diharapkan dapat memberi peneliti banyak pengetahuan dan informasi terkait data yang dibutuhkan dalam kaitannya dengan upaya divisi humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra positif. Lokasi penelitian berlokasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat, Jl. Kawaluyaan Indah II No. 4 Soekarno Hatta Bandung, Jatisari, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286.

Penulis melihat bahwa Dispusipda Jabar ini memiliki banyak program-program yang melekat pada khalayak umum tanpa adanya batas usia terutama dalam tema literasi. Penulis melakukan penelitian di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat sebagai bentuk monitoring perkembangan Dispusipda Jabar disamping sebagai syarat menyelesaikan studi sarjana.

## **2. Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma merupakan cara mendasar untuk melihat, berpikir, menilai, dan melakukan yang spesifik untuk aspek realitas tertentu menurut Harmon dalam Moleong (2004: 49). Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme yaitu memandang bahwa fenomena sosial yang dilihat dan diartikan oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan atau disamaratakan, karena pada dasarnya setiap individu berhak memiliki kebebasan dalam menginterpretasikan suatu fenomena sesuai dengan konseptual pemikirannya.

Paradigma konstruktivisme adalah membangun dan memahami pemahaman tentang subjek penelitian dengan menempatkan peneliti pada pijakan yang sama dan mendekati subjek sebanyak mungkin. Peneliti menggunakan paradigma ini karena peneliti mencari tahu bagaimana kondisi objek yang alamiah dan mendapatkan data yang mendalam dengan ingi memiliki pemahaman lebih luas terkait mengenai strategi-strategi yang dilakukan praktisi *public relations* dalam meningkatkan citra positif Dispusipda Jabar.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena fokus permasalahannya berkaitan dengan aspek manusia yang secara mendasar

melibatkan pengamatan. Moleong (2011:6) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan hal lainnya, secara holistik dan dideskripsikan melalui kata-kata dan bahasa. Penelitian ini dilakukan dalam konteks khusus yang alami dan menggunakan berbagai metode alamiah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena tersebut.

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai metode untuk menggali informasi secara sistematis. Fokus metode ini adalah pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*) di mana penulis secara langsung berada di lapangan sebagai pengamat. Pengamatan yang dilakukan mencatat hasil-hasil yang ditemukan tanpa ada manipulasi variabel di dalamnya. Metode deskriptif kualitatif ini memberikan gambaran mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti dan memungkinkan peneliti untuk memahami konteks secara lebih komprehensif. (Ardiaonto, 2014:60).

Metode deskriptif kualitatif dipilih dalam penelitian ini karena dianggap dapat memberikan kemudahan dalam menggali informasi terkait upaya Humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra positif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memberikan penjelasan dan pemaparan yang mendalam terhadap data yang diperoleh dari lapangan. Dengan demikian, penelitian ini dapat lebih menyeluruh menggambarkan bagaimana strategi dan langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas Dispusipda Jabar untuk mencapai citra positif instansi tersebut.

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

##### **a. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data yang berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah data yang didapat penulis dari subjek penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari luar sumber data primer.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data kualitatif. Jenis data yang digunakannya ialah data analisis deskriptif. Jenis tersebut merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian berupa:

1. Data mengenai identifikasi masalah yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai strategi *public relations* dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.
2. Data mengenai perencanaan program yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai strategi *public relations* dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.
3. Data mengenai pelaksanaan program dan komunikasi yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai strategi *public relations* dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.
4. Data mengenai evaluasi dari program yang dilakukan Humas Dispusipda Jabar sebagai strategi *public relations* dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.

##### **b. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut :

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

Sumber data primer adalah yang menjadi rujukan pertama dan utama dan diperoleh secara langsung di lokasi penelitian dari objek penelitian yang didapat dari Pimpinan tim Humas, dan 3 anggota Humas Dispusipda Jabar

### **2). Sumber Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, tetapi berasal dari sumber yang sudah ada, seperti laporan tahunan, laporan kegiatan, dan website resmi Dispusipda Jabar. Data ini telah dikumpulkan dan diolah oleh instansi tersebut sebelumnya, dan digunakan oleh peneliti sebagai sumber informasi dalam penelitian ini. Dengan memanfaatkan data sekunder, peneliti dapat mengakses informasi yang relevan dan terpercaya mengenai upaya Humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra positif instansi.

## **5. Penentuan Informan**

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti memilih informan menggunakan metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode di mana setiap individu atau unit dari populasi tidak memiliki probabilitas yang sama untuk terpilih. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan atau narasumber terkait permasalahan penelitian.

Teknik *purposive sampling* melibatkan pemilihan orang-orang berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan tujuan riset. Dengan menggunakan metode *non-probability sampling* ini, peneliti dapat

mengumpulkan data dari informan yang dianggap relevan dan memiliki pemahaman mendalam tentang isu yang diteliti. (Kriyantono, 2010:158-159)

Peneliti akan memilih informan yang dapat dipercaya dalam menjawab dan memberikan sumber informasi yang diharapkan. Dalam penelitian ini ditentukan beberapa orang dengan beberapa pertimbangan tertentu :

1. Pimpinan Tim Humas Dispusipda Jabar karena dianggap sebagai yang lebih mengetahui kegiatan humas yang dilaksanakan pada instansi tersebut.
2. Anggota Humas Dispusipda Jabar, karena akan membantu peneliti dalam mendapatkan informasi seputar tema penelitian.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

Data merupakan hal yang penting dari penelitian, karena data dapat memberikan peneliti hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti terus melakukan teknik akuisisi data menggunakan sumber yang berbeda sampai datanya jenuh. Bukti data tersebut berupa wawancara dan observasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **a. Wawancara Tidak Terstruktur**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan proses tanya jawab lisan yang bersifat satu arah, dimana pertanyaan berasal dari pewawancara dan jawaban diberikan oleh responden. Sugiyono (2013:140) mengemukakan, wawancara tidak terstruktur ialah wawancara yang tidak menggunakan pedoman yang tersusun sebelumnya.

Wawancara tidak berstruktur dimaksudkan bahwa peneliti dapat mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang responden, dengan mengajukan

berbagai pertanyaan yang lebih terarah pada suatu tujuan. Wawancara digunakan peneliti sebagai teknik pengumpulan agar peneliti mengetahui informasi lebih dalam dari informan mengenai fokus penelitian.

#### **b. Observasi**

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan terhadap objek atau fenomena tertentu, dan dilakukan dengan mencatat keadaan atau perilaku dari objek yang menjadi sasaran. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa metode observasi adalah suatu bentuk pengamatan terstruktur yang mencatat fenomena yang sedang diteliti. Dengan demikian, observasi dapat diartikan sebagai cara untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap situasi, peristiwa, atau fenomena yang terjadi di lapangan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan akurat tentang objek penelitian tanpa melakukan intervensi atau manipulasi pada objek tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode observasi partisipasi pasif (*passive participacion*), di mana peneliti hadir di lokasi kegiatan untuk mengamati, namun tidak ikut terlibat secara aktif dalam kegiatan tersebut. Ardianto (2010:180) menjelaskan bahwa observasi partisipasi pasif adalah bentuk pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tanpa terlibat langsung dalam kegiatan lembaga yang diteliti, melainkan hanya sebagai pengamat.

Dalam penelitian ini, peneliti mendatangi Dispusipda Jabar untuk mengamati dan mencatat suasana serta peristiwa yang terjadi tanpa melakukan intervensi aktif pada objek penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk

memahami situasi secara objektif dan mendapatkan data yang akurat tentang kegiatan lembaga tersebut.

## **6. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, diperlukan penggunaan kriteria-kriteria yang tepat. Validitas data harus dijamin melalui pengecekan yang cermat, dan salah satu teknik yang digunakan adalah triangulasi data. Dengan menerapkan teknik triangulasi data, peneliti dapat memverifikasi dan memvalidasi data dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda. Pendekatan triangulasi data membantu memastikan bahwa data yang disusun adalah akurat dan dapat dipercaya. Hal ini penting karena memastikan keakuratan dan keandalan data adalah langkah penting dalam menjaga integritas penelitian. (Moleong, 2002: 178).

Peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai metode untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini. Triangulasi dilakukan melalui tiga tahapan teknik yang berbeda, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi teori. Dengan menggabungkan hasil dari ketiga tahapan tersebut, peneliti dapat mencapai kesimpulan yang lebih akurat dan komprehensif tentang upaya Humas Dispusipda Jabar dalam meningkatkan citra positif. Pendekatan triangulasi ini membantu meminimalkan dan meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian.

## **7. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan bagian penting dalam penelitian yang melibatkan investigasi, transformasi, dan pengungkapan gejala sosial untuk

menghasilkan informasi yang diinginkan. Menurut Taylor (1975: 79), teknik analisis data adalah cara formal untuk menemukan hipotesis melalui proses analisis yang cermat.

Dalam analisis data, peneliti secara sistematis mencari dan menyusun data yang berasal dari observasi dan wawancara. Data kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang relevan, disusun dalam format yang sesuai, dan diprioritaskan untuk dipelajari. Hasil akhir dari analisis data ini akan diuraikan dalam kesimpulan yang mudah dipahami oleh peneliti sendiri maupun oleh orang lain yang tertarik dengan penelitian tersebut.

Saat wawancara dilakukan, peneliti telah menganalisis tanggapan narasumber. Jika tanggapan tersebut kurang memuaskan, peneliti dapat melanjutkan wawancara hingga batas tertentu untuk memastikan keabsahan data. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dapat dilakukan secara langsung saat pengumpulan data atau setelah pengumpulan data dalam waktu tertentu. (Sugiyono, 2009:337-338).

Selain itu, kegiatan wawancara dilakukan secara terus menerus sampai selesai agar data yang diperoleh akurat. Kegiatan yang dilakukan selama analisis data meliputi *recution data*, *display data*, dan *conclusion drawing* atau *verification* (penarikan kesimpulan).

#### 1) Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan suatu proses di mana peneliti melakukan seleksi, pengamatan, dan penyederhanaan data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran

yang lebih mendalam dan rinci mengenai hasil observasi dan informasi yang relevan dengan penelitian. Proses reduksi data ini membantu peneliti untuk fokus pada aspek-aspek penting dan esensial dari data, sehingga memudahkan dalam analisis dan interpretasi hasil penelitian.

## 2) Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses pengorganisasian informasi dalam bentuk yang dapat memberikan kesimpulan dan memungkinkan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, data disajikan dalam berbagai bentuk seperti narasi singkat, tabel, piktogram, grafik, dan bagan untuk memvisualisasikan hasil temuan. Tujuannya adalah agar data dapat dipresentasikan dengan lebih teratur dan mudah dipahami oleh pembaca atau penonton. Dengan penyajian data yang baik, hasil penelitian dapat disampaikan dengan jelas dan efektif kepada khalayak yang dituju.

## 3) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Penarikan kesimpulan merupakan hasil dari proses pengolahan data melalui reduksi dan penyajian data. Kesimpulan yang diperoleh bersifat sementara dan dapat mengalami perubahan ketika adanya bukti konklusif pada tahap pengumpulan data berikutnya. Jika kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid, maka kesimpulan tersebut akan menjadi lebih kredibel saat peneliti kembali ke lapangan dan mengumpulkan data tambahan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk terus mengembangkan dan memperbaiki kesimpulan berdasarkan temuan yang baru dan lebih akurat dari waktu ke waktu.

