

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan digital pada saat ini dimanfaatkan oleh seorang praktisi humas suatu lembaga maupun perusahaan dalam melakukan aktivitas publikasi. Digital *public relations* merupakan salah satu aktivitas praktisi *public relations* dalam memberikan informasi atau pesan terhadap publik yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara lembaga atau perusahaan dengan publiknya. Aktivitas digital *public relations* yaitu suatu kegiatan kehumasan yang menggunakan perkembangan teknologi komunikasi seperti menggunakan media elektronik atau digital. Aktivitas kehumasan ini mempunyai tujuan dalam membangun suatu *image* atau citra yang baik dalam sebuah perusahaan atau lembaga dimedia digital. Selaras dengan perkembangan pada zaman sekarang, aktivitas kehumasan ini tidak hanya dilaksanakan dengan cara konvensional atau secara tatap muka melainkan mengikuti sebuah era penggunaan media digital menjadi salah satu cara yang efektif dalam menyampaikan pesan karena dapat menjangkau publik secara luas dan tidak terikat pada waktu.

Digital *public relations* menggunakan media-media baru dalam kegiatannya seperti *website*, *twitter*, *instagram*, *youtube* dan media sosial lainnya. *Instagram* mempunyai Fungsi utama yaitu membagikan foto atau video serta *captions* sebagai penjelas dari foto atau video yang diposting dalam sebuah akun *instagram* untuk informasi yang disebarkan secara luas.

*Instagram* @dpmdesajabar memiliki keunikan tersendiri dalam hal memuat konten dalam akun *instagram* Dpm-Desa Prov. Jabar seperti menampilkan konten-

konten yang termasuk kedalam kegiatan kehumasan. Berdasarkan data pra penelitian pada akun *instagram* @dpmdesajabar yang diakses pada postingan tanggal 9 Mei 2023 memuat konten yang menarik dengan mempublikasikan kegiatan kegiatan yang dilakukan melalui fitur *reels instagram* dimana reels ini merupakan rangkaian video pendek yang dikemas dengan pemilihan audio, efek, dan tools yang bagus dan kreatif.

Desain *instagram* @dpmdesajabar ini pun menampilkan desain yang kekinian mengikuti perkembangan zaman sehingga *template* video dari *instagram* @dpmdesajabar lebih menarik dan tidak monoton seperti pada postingan tentang *Wes Anderson Film* yang diakses pada tanggal 12 Mei 2023. Pembuatan konten ini dikemas dengan inovatif atau kreatif dengan menggunakan transisi sehingga video tersebut terlihat semakin menarik. Adapun hasil ini didapat berdasarkan data observasi secara daring melalui media *instagram* @dpmdesajabar.

Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat melakukan kegiatan kehumasan yang efektif dengan menetapkan tujuan dan memperjelas pesan yang disampaikan pada publik, karenanya Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat ini telah menerapkan peran pada kegiatan digital *public relations* sebagai fasilitator komunikasi atau penghubung bagi masyarakat dalam mengetahui informasi mengenai Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat itu sendiri. Kegiatan digital *public relations* pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat ini menggunakan media sosial nya seperti *instagram*, *tiktok*, *facebook*, bahkan *youtube*, untuk memberikan informasi mengenai program ataupun kegiatan yang ada disana kepada publik, namun Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat lebih sering memposting kegiatan yang

dilakukannya melalui akun media sosial *instagram* @dpmdesajabar yang berperan fungsi sebagai sarana publikasi pemerintahan dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan pelayanan publik.

Suatu lembaga dapat melakukan pemanfaatan media sosial untuk mensosialisasikan suatu program ataupun kegiatan lainnya untuk dipublikasikan agar mendapatkan dukungan dari publik atau masyarakat. Aktivitas digital *public relations* ini diharapkan dapat membuat dan mengubah sikap atau perilaku dari masyarakat yang menjadi harapan suatu lembaga dengan sesuai rencana. Digital *public relations* ini menjadi suatu kegiatan yang menarik karena seorang humas dapat mengembangkan opini positif atau persepsi orang melalui berbagai cara terhadap lembaga atau perusahaan itu sendiri, terutama pada era digital ini suatu lembaga atau perusahaan dapat melakukan publikasi mengenai lembaga dengan mengikuti trend yang ada agar menciptakan suatu kepercayaan yang baik antara publik terhadap lembaganya.

Penelitian ini difokuskan pada pengelolaan digital *public relations* di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat pada media sosial *Instagram*. Dpm-Desa Prov. Jabar ini menggunakan media sosial *instagram* dalam menyampaikan informasi yang dimuat sebagai hasil kerja yang dilakukan oleh Dpm-Desa Prov.Jabar. Data pra penelitian didapatkan dari akun *instagram* @dpmdesajabar yang dimana memiliki 19 ribu pengikut serta 2.550 post. Postingan atau unggahan yang dipublikasikan oleh pihak Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat berisi informasi tentang kegiatan kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat itu sendiri, seperti program-program unggulan yang dilaksanakan oleh pihak Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan

Desa Provinsi Jawa Barat, *press release* dari kegiatan, serta poster-poster seperti ucapan selamat, perayaan hari besar nasional (PHBN) dan lain sebagainya.

Media sosial *instagram* ini digunakan oleh pihak Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat karena merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh praktisi humas pemerintahan dalam menjalankan peran dan fungsinya salah satunya dalam menyebarkan konten informasi untuk publik, karena *instagram* saat ini diminati dan digunakan oleh generasi milenial. Berdasarkan data dari [goodnewsfromindonesia.id](http://goodnewsfromindonesia.id) menyebutkan penggunaan *instagram* Indonesia didominasi oleh golongan usia produktif, yakni rentang 18-34 tahun atau biasa disebut dengan generasi milenial. Tercatat 25 juta pengguna atau mendominasi 36-38% (18-24). Sementara 31-33% untuk rentang usia 25-34, mendominasi dengan 21 juta pengguna.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka itu peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengelolaan Digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Provinsi Jawa Barat Melalui *Instagram* @Dpmdesajabar Dalam Menyampaikan Informasi” Apabila dikaitkan dengan aktivitas humas, dengan menyebarkan informasi terkait lembaga tersebut dapat meningkatkan citra positif bagi lembaga tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat dalam pengelolaan akun media sosial *instagram* @dpmdesajabar.

Berdasarkan latar belakang dari realita yang ada ini membuat peneliti bergerak untuk melakukan penelitian peran dari seorang *Public Relations*. Bagaimana peran

*public relations* dalam melakukan pengelolaan digital *public relations* melalui akun *instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi.

## 1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti memfokuskan persoalan dalam penelitian ini yaitu mengenai bagaimana proses *Share, Optimize, Manage, dan Engage* pada pengelolaan akun media sosial *instagram* @dpmdesajabar. Berikut beberapa rumusan pertanyaan penelitian yang diajukan berdasarkan fokus penelitian yang disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana proses *Share* digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat melalui *instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi?
2. Bagaimana proses *Optimize* digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat melalui *instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi?
3. Bagaimana proses *Manage* digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat melalui *instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi?
4. Bagaimana proses *Engage* digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat melalui *instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus pertanyaan penelitian ini adalah untuk menghasilkan analisis deskriptif mengenai Pengelolaan Digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat melalui *Instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi. Dengan itu tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses *Share* pada akun *Instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses *Optimize* pada akun *Instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses *Manage* pada akun *Instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi.
4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses *Engage* pada akun *Instagram* @dpmdesajabar dalam menyampaikan informasi.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dengan tujuan yang telah diuraikan diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat, baik secara akademis maupun secara praktis sebagai berikut :

#### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan secara akademis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi mengenai pengelolaan digital *public relations* melalui *instagram* @dpmdesajabar dengan menggunakan konsep *the circular model of some* yaitu *share, optimize, manage, dan engage*. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan

atau pengetahuan terkait ilmu komunikasi terutama kehumasan pada digital *public relations* yang berkaitan dalam menyebarkan informasi melalui media sosial.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis, adanya hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman terhadap Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan aktivitas digital *public relations* dan juga menyampaikan informasi atau pesan yang mendalam tentang pengelolaan digital *public relations* melalui media sosial *instagram* @dpmdesajaar dengan menggunakan konsep *the circular model of some* yaitu pada proses *share, optimze, manage, dan engage*. Diharapkan penelitian ini juga menjadi sebuah referensi dan masukan yang positif bagi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat dalam mengoptimisasi pemanfaatan media digital.

#### 1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis ketika akan melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis telah menggunakan beberapa penelitian sebagai referensi untuk memperkaya bahan kajian dalam penelitian penulis, diantaranya :

**Pertama**, jurnal yang diteliti oleh Meliala, Adipoetra, dan Murti, dalam jurnal *Dialektika Komunikasi Univeristas Prof. Dr. Moestopo Vol 8 No.1 tahun 2020* yang berjudul “*Implementasi Digital Public Relations Pada Label Musik Demajors Dalam Mempublikasikan Album*”. Hasil dari penelitian ini adalah upaya dari label musik Demajors untuk meningkatkan kepercayaan pecinta musik dan untuk mendapatkan

data praktis mengenai pelaksanaan departemen promotion & media relations dan departemen new media label musik Demajors dalam publikasi wawancara rilis album.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang ingin dilaksanakan oleh peneliti terdapat pada objek dan fokus penelitiannya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meliala, Adipoetra, dan Murti berfokus pada bagaimana peran Humas Demajors dalam mempublikasikan rilisan album, seperti membuat website perusahaan. Sementara itu dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana peran humas Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat dalam menyampaikan informasi melalui *instagram*.

**Kedua**, jurnal yang diteliti oleh Intan Ayu Lestari, Yusuf Zaenal Abidin, Dyah Rahmi Astuti dalam jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Vol. 2 No.4 tahun 2019 dengan judul "*Pengelolaan Website dalam meningkatkan citra positif lembaga (Analisis Deskriptif pada Website Yayasan Pendidikan Al Ma'soem*". Hasil dari penelitian itu menjelaskan Praktisi Humas dari Yayasan Pendidikan Al Ma'soem menggunakan empat tahapan dalam pengelolaan website guna meningkatkan reputasi positif lembaga. Langkah pertama adalah mengidentifikasi permasalahan melalui sumber-sumber seperti surat kabar, berita online, dan keluhan dari masyarakat. Tahap kedua adalah perencanaan, di mana kegiatan dan berita disusun dan dimasukkan ke dalam website agar dapat diakses oleh masyarakat. Ketiga, pelaksanaan dilakukan oleh tiga administrator berbeda, yaitu admin informasi, admin pemberitaan, dan admin teknologi informasi (IT). Terakhir, tahap evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program melalui analisis grafik, pusat informasi, dan jumlah pengunjung.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang ingin dilaksanakan oleh peneliti yaitu terdapat pada objek penelitiannya di mana penelitian ini berfokus pada objeknya yaitu *website* Yayasan Pendidikan Al Ma'soem, sementara itu dalam penelitian yang akan dilaksanakan berfokus pada objeknya yaitu *instagram* DPM-Desa Prov. Jabar.

**Ketiga**, jurnal yang diteliti oleh Yazid Puspita. T, dalam jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 6 No.2 tahun 2015 yang berjudul "*Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat*". Hasil dari penelitian ini yaitu menjelaskan bahwa ketika *website* dikelola oleh Humas dari segi tampilan dan isinya lebih menarik, namun humas di sini masih kurang dalam pelayanan publik, dan belum menonjol didalam *website* pemerintah provinsi sumatera barat. Justru pelayanan transparansi dalam *website* menjadi yang diutamakan oleh humas pemerintah provinsi sumatera barat.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang ingin dilaksanakan oleh peneliti yaitu terdapat pada tujuan yang difokuskan peneliti yaitu pada pemanfaatan *website* dalam mewujudkan *good govermance* oleh humas pemerintah sumatera barat. Sementara itu, pada penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti ini yaitu difokuskan pada pengelolaan digital *public relations* DPM-Desa Prov. Jabar dalam menyampikan informasi.

**Keempat**, jurnal yang diteliti oleh Meitsara, Imelda, dan Eif, dalam jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat Vol. 1 No. 1 tahun 2018 dengan judul "*Pengelolaan Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra*". Hasil dari penelitian ini yaitu menjelaskan bahwa proses komunikasi yang dijalankan oleh *public relations* Polda

Jawa Barat dengan *website* resmi adalah suatu cara agar meningkatkan citra Polda Jawa Barat di mata masyarakat umum, maka dari itu dalam hal ini, website resmi yang akan dikelola memperoleh suatu apresiasi dari publik.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang ingin dilaksanakan oleh peneliti yaitu terdapat pada tujuan dan konsep yang difokuskan peneliti pada humas instansi tersebut.

**Kelima**, jurnal yang diteliti oleh Tritoyono, dalam jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 6 No. 2 tahun 2015 yang berjudul “*Inovasi Digital Public Relations Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Semarang Dalam Meningkatkan Citra*”. Hasil dari penelitian yaitu menjelaskan bahwa setiap perguruan tinggi mempunyai suatu sifat tersendiri dalam menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan ini sangat bermacam dan mempunyai kelebihan sendiri dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat umum.

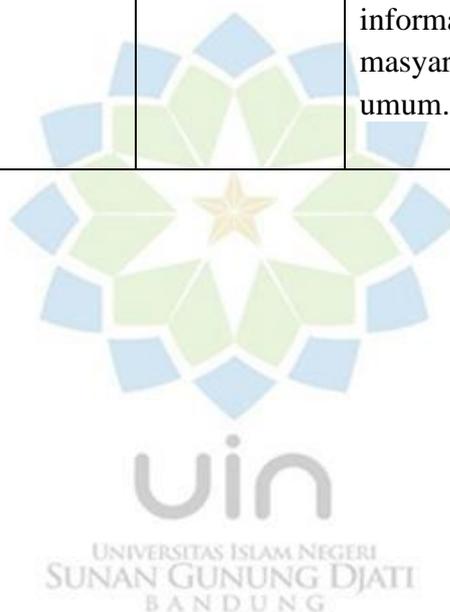
Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang ingin dilaksanakan oleh peneliti yaitu terdapat pada tujuan dan konsep yang berfokus pada perguruan tinggi swasta di kota Semarang dengan mengetahui penggunaan digital *public relations* melalui media sosial. Sementara itu, pada penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti ini yaitu difokuskan pada bagaimana mengelola *instagram* dalam menyampaikan informasi.

Tabel 1.1: Kajian Penelitian yang Relevan

| No. | Nama   | Judul Penelitian   | Metode Penelitian     | Hasil Penelitian   | Relevansi   |
|-----|--|--|-----------------------|--|---|
| 1.  | Meliala, Adipoetra, Murti, (jurnal)                                | Implementasi Digital <i>Public Relations</i> Pada Label Musik Demajors Dalam Mempublikasikan Album   | Deskriptif Kualitatif | Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa <i>public relations</i> membentuk <i>tool</i> yang tepat dalam mempublikasikan album tersebut pada Public yang menjadikan pembeda dari label musik Public lainnya yang terdapat di public. | Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran kepada peneliti mengenai implementasi digital pr dalam mempublikasikan album kepada public dan berhasil dalam menyebarkan pesan ke public dengan media sosial. |
| 2   | Intan Ayu Lestari, Yusuf Zaenal Abidin, Dyah Rahmi Astuti (Jurnal) | Pengelolaan <i>Website</i> dalam meningkatkan citra positif lembaga (Analisis Deskriptif pada <i>Website</i> Yayasan Pendidikan Al Ma'some | Deskriptif Kualitatif | Hasil penelitiannya bahwa praktisi humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam pengelolaan <i>website</i> guna meningkatkan citra positif lembaga menggunakan empat tahapan proses <i>public relations</i> yakni menentukan        | Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran kepada peneliti mengenai penentuan masalah, perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi yang dilakukan oleh praktisi humas Yayasan Pendidikan Al Ma'soem dalam     |

|   |  |   |                       |  |  |
|---|--|---|-----------------------|--|--|
|   |  |   |                       | masalah melalui koran, berita <i>online</i> dan layanan pengaduan masyarakat.  | mengelola website guna meningkatkan citra positif lembaga.   |
| 3 | Yazid Puspita T. Dalam (jurnal)          | Impelementasi <i>Cyber Public Relations</i> Melalui Pengelolaan <i>Webside</i> Pemerintah Provinsi Sumatera Barat | Deskriptif kualitatif | Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketika <i>websites</i> dikelola oleh Humas dari segi tampilan dan isinya lebih menarik, namun <i>humas</i> disini masih kurang dalam pelayanan <i>public</i> .                             | Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran kepada peneliti mengenai pemanfaatan <i>websites</i> dalam mewujudkan <i>good governance</i> oleh <i>humas</i> pemerintah Sumatera Barat. |
| 4 | Meitsara, Lida Imelda, Dang Eif (Jurnal) | Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam meningkatkan citra  | Deskriptif Kualitatif | Proses komunikasi yang dijalankan oleh <i>public relations</i> Polda Jabar dilakukan mengikuti aturan yang sudah ditetapkan sebelumnya pengelolaan <i>websites</i> sebagai bagian dari aktivitas <i>cyber Public Relations</i> . | Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran kepada peneliti peran <i>humas</i> pada instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi terkait lembaganya.                              |
| 5 | Triyono A. (jurnal)                      | Inovasi Digital <i>Public Relations</i> Pada Perguruan Tinggi Swasta Di   | Deskriptif Kualitatif | Hasil Penelitiannya menunjukkan bahwa setiap   | Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran   |

|  |  |   |  |   |   |
|--|--|---|--|---|---|
|  |  | Kota Semarang<br>Dalam<br>Meningkatkan<br>Citra |  | perguruan tinggi mempunyai suatu sifat tersendiri dalam menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan ini sangat bermacam dan mempunyai kelebihan sendiri dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat umum. | kepada peneliti mengenai penggunaan digital <i>public relations</i> melalui media sosial. |
|--|--|---|--|---|---|



## 1.6 Landasan Pemikiran

### 1.6.1 Landasan Teoritis

Berdasarkan pada latar belakang, penelitian ini membahas terkait Pengelolaan Digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat pada *Instagram* @dpmdesajabar sebagai salahsatu tugas humas pemerintah yang memiliki tujuan untuk menciptakan persepsi yang positif yang disampaikan publik kepada lembaga terkait.

Peneliti menggunakan Konsep *The Circular Model of Some* untuk melihat proses terkait digital *public relations* tentang bagaimana melaksanakan proses *share, optimeze, manage, dan engage* pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Jawa Barat melalui *instagram* @dpmdesajabar membangun sistem komunikasi dua arah antara instansi yang bersangkutan dengan publiknya di media sosial.

Regina Luttrell mengembangkan gagasan *The Circular Model of Some* (model some) sebagai suatu kerangka konseptual. Model *Circular of Some* ini dirancang untuk membantu praktisi dalam merencanakan strategi komunikasi di media sosial. Luttrell (2015: 40) Menjelaskan empat faktor dalam media sosial, yakni berbagi (*share*), mengoptimalkan (*optimize*), mengelola (*manage*), dan terlibat (*engage*). Keempat faktor tersebut dapat membimbing profesional Hubungan Masyarakat dalam merencanakan, menjalankan, dan memperluas pengelolaan akun media sosial sebagai sarana berkomunikasi dengan audiens.

1. *Share* (membagikan)

Suatu instansi membagikan setiap aktivitas, program, atau kebijakan baru kepada masyarakat melalui media sosial sebagai cara untuk menyatukan

komunikasi antara institusi dan publiknya. Dalam konteks ini, institusi perlu merancang strategi penggunaan media sosial dan menentukan pilihan media yang sesuai, agar komunikasi berjalan efektif dan sesuai dengan kepribadian institusi dan audiensnya. Dalam tahap ini, terdapat tiga aspek yang perlu diperhatikan: yaitu *connect*, *participate*, dan *build trust*.

## 2. *Optimize* (Optimisasi)

Humas pemerintah memiliki tugas yaitu mendengarkan aspirasi, kritik, dan saran dari masyarakat agar mampu mengoptimalkan penyebaran suatu pesan atau informasi di media sosial. Dalam hal itu masyarakat umum mempunyai hak untuk mengetahui atas apa yang telah di kerjakan oleh suatu instansi pemerintah atau lembaga, dengan itu sesuatu yang disampaikan oleh masyarakat akan menjadi pertimbangan bagi setiap lembaga dalam menentukan kebijakan untuk kedepannya. Tahap ini menjelaskan bahwa setiap perusahaan, lembaga pemerintah, ataupun organisasi untuk mampu membuka mata dan telinga atas gagasan yang disampaikan oleh masyarakat.

## 3. *Manage* (Mengatur)

Perusahaan atau lembaga memerlukan Pengelolaan yang tepat pada media sosial karena banyak kritik, saran serta opini yang masuk. Praktisi humas perlu melakukan tindakan pemantauan untuk memahami lebih mendalam aktivitas para pengikut mereka di *platform* media sosial (pemantauan media), memberikan respons yang cepat terhadap keluhan (*quick response*), dan berusaha untuk mempererat hubungan dengan pengikut mereka di media sosial (*realtime interactions*). Tindakan-tindakan ini diterapkan untuk tanggap terhadap isu-isu

yang sedang berkembang, memungkinkan seorang praktisi Humas untuk menjaga kepercayaan serta citra perusahaan atau lembaga di mata masyarakat melalui media sosial.

#### 4. *Engage*

*Engage* ini bisa diartikan keterkaitan dalam komunikasi dengan pendengarnya atau audience, maka dari itu seorang humas harus bisa menarik dan bisa mendapatkan audience dari kegiatan perusahaan atau suatu lembaga di media sosial. Pada tahap ini menjelaskan bahwa tahap ini untuk menentukan bagaimana mereka dapat menyesuaikan dan menjalankan suatu akun media sosial, karenanya sangat memerlukan partisipasi dari masyarakat. Adanya keterkaitan komunikasi dengan *audiencenya*, pada media sosial setiap lembaga perlu mengerti siapa yang menjadi *influencer* untuk masyarakatnya, serta bagaimana suatu lembaga dapat melibatkan seorang *influencer* agar dapat diperkenalkan ke masyarakat yang menjadi target lembaga.

#### 1.6.2 Landasan Konseptual

Penelitian ini menggunakan landasan konseptual digital *public relations*, karena merujuk pada *The Circular Model of Some*, teori *some* ini memaparkan mengenai proses dalam melakukan pengelolaan instagram yang mengkaji bagaimana melakukan tahapan atau proses mulai dari *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Selaras dengan yang dilakukan oleh pihak Dpm-Desa Prov. Jabar dalam melakukan kegiatan digital *public relations* pada *instagram @dpmdesajabar* dalam menyampaikan informasi.

## 1. **Digital Public Relations**

Digital *public relations* merupakan suatu aktivitas kehumasan dengan memanfaatkan internet sebagai media dalam berkomunikasi untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan agar lebih cepat tersampaikan kepada masyarakat luas. Menurut Hidayat (2014:116) digital *public relations* merujuk pada aktivitas hubungan masyarakat yang menggunakan media internet untuk membangun identitas atau citra perusahaan serta menjaga kepercayaan, pemahaman, dan persepsi publik terhadap perusahaan. Dengan menggunakan internet seorang praktisi humas bisa memahami apa yang diinginkan publik terkait dengan berita atau isu tertentu sehingga humas bisa memberikan tanggapan kepada masyarakat dengan cepat.

Era digital saat ini setiap instansi pemerintah dituntut untuk bisa memanfaatkan media internet pada setiap aktivitasnya. Menurut Onggo (2004: 156) digital *public relations* yakni kegiatan seorang praktisi humas pada media digital dengan memanfaatkan jaringan internet yang membawa dampak begitu besar bagi praktisi humas yang dapat mempermudah program atau pekerjaan yang sudah di rancang sedemikian rupa dalam membangun brand atau citra suatu lembaga atau perusahaan.

Kegiatan digital *public relations* yang dilakukan oleh dpmdesajabar dalam memberikan informasi kepada masyarakat melalui *instagram* @dpmdesajabar dengan tahapan *Share, Optimize, Manage, dan Engage* yang dilakukan oleh peneliti.

## 2. **Media Sosial**

Media sosial dapat berupa informasi pribadi, berita, ide, dan produk budaya dalam bentuk digital, dan kemudian yang diproduksi dan didistribusikan khalayak. Menurut Kotler (2012: 568) media sosial adalah alat bagi pengguna untuk saling

berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, video, dan audio. Dalam era pertumbuhan global yang pesat, media sosial menjadi platform media daring di mana berbagai bentuk informasi dapat dengan cepat menyebar secara luas, juga memungkinkan untuk menerima respons terhadap informasi yang dipublikasikan di platform tersebut.

Media sosial digunakan oleh Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat sebagai alat penyebaran informasi terkait kegiatan yang dilakukan.

### 3. Instagram

*Instagram* merupakan salah satu media sosial atau bisa dikatakan aplikasi yang pada dasarnya sebuah platform. Menurut Atmoko, (2012:10). *Instagram* ialah sebuah aplikasi mobile khusus bagi media sosial, yang merupakan salah satu platform digital dengan fungsi hampir serupa dengan *Twitter*. Tetapi, perbedaannya terletak pada fokusnya pada berbagi foto dan tempat untuk menginformasikan pengguna. *Instagram* juga bisa menjadi sumber inspirasi dan memacu kreativitas bagi pengguna, karena platform ini menyajikan fitur yang mampu mempercantik, mempertunjukkan aspek seni pada foto, dan meningkatkan kualitas estetikanya.

Pemilihan media sosial *instagram* ini selaras dengan yang digunakan oleh pihak dpmdesajabar karena media sosial *instagram* ini memiliki fitur yang dapat menarik perhatian dari masyarakat. Adapun dalam pembuatan konten ini perlu menerapkan proses *Share, Optimize, Manage, dan Engage*.

## **1.7 Langkah- langkah Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yaitu tempat keberlangsungan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti. Lokasi penelitian ini semoga bisa memberikan banyak informasi mengenai data yang diperlukan oleh peneliti mengenai Instagram Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat. Lokasi pengambilan data dalam penelitian ini adalah Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Provinsi Jawa Barat, yang bertempat di Jl. Soekarno-Hatta No.466, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266.

### **1.7.2 Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian ini memakai kerangka berpikir atau paradigma konstruktivisme. Mulyana, (2003:9) menjelaskan bahwa Paradigma merupakan suatu perspektif seseorang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tersebut tertanam kuat dalam sosialisasi pengikut serta praktisi. Paradigma ini memperlihatkan kepada anda apa yang valid, dan bermakna. Serta memiliki sifat normatif juga memperlihatkan pada para praktisi apa yang diperlukan tanpa pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang.

Paradigma konstruktivisme melihat kebenaran sebagai hasil konstruksi sosial, karenanya cara yang benar untuk memahami dunia adalah dengan memahami orang-orang yang hidup di dalamnya, sehingga peneliti dalam paradigma konstruktivis ini akan menjelaskan fenomena yang memunculkan realitas sosial.

Penelitian yang akan dilakukan memakai paradigma konstruktivisme karena penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman terkait

bagaimana pengelolaan digital *public relations* pada instagram @dpmdesajabar dalam membangun serta membina hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

Peneliti dalam interpretasi realitas sosial terkait pelaksanaan Pengelolaan Digital *Public Relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat dalam menyampaikan informasi, yang diperoleh melalui observasi langsung dan melalui proses wawancara.

Pendekatan yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu Pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Koentjaraningrat (1993: 89) Penjelasan ini merujuk pada pendekatan penelitian kualitatif yang terdiri dari tiga bentuk. Ketiga bentuk tersebut mencakup studi deskriptif, verifikasi, dan pendekatan Grounded research. Metode penelitian kualitatif ini sangat sesuai untuk penelitian yang tidak mengikuti pola tertentu. Berhubung dengan fleksibilitasnya, strategi ini bisa diterapkan untuk memberikan dukungan dalam menjalankan riset. Ciri khas pendekatan riset kualitatif, beserta langkah-langkah yang dihadapi dan dilalui dalam menjalankan riset, akan memengaruhi bagaimana realitas dari riset yang kita hasilkan tercermin.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti dengan terperinci berdasarkan dengan realitas sesungguhnya, sehingga diharapkan dapat menjelaskan secara rinci terkait pengelolaan digital *public relations* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat dalam memberikan informasi kepada publik melalui instagram @dpmdesajabar.

### 1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian yang ingin dilakukan memakai metode deskriptif, Menurut Ardianto (2004:60) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif menggambarkan apa yang dibaca orang tentang suatu kegiatan berbentuk kata-kata atau gambar dari lapangan, sertabukan hasil yang diperoleh dengan menghitung angka.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena tujuan penelitian ini untuk memberikan kesan dan pendapat, menginterpretasikan dan memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat tentang subjek penelitian yaitu pelaksanaan tugas humas pemerintah oleh pengelola Instagram melalui proses wawancara dan observasi. Fenomena dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana pengelolaan digital *public relations* pada instagram @dpmdesajabar. Adapun informasi yang diperoleh dari setiap proses kegiatan dapat diolah dan dapat diambil kesimpulan.

### 1.7.4 Jenis dan Sumber data

#### 1. Jenis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga sifat jenis data yang dipakai akan lebih menekankan pada kata-kata untuk mendeskripsikan keadaan suatu tujuan yang ingin diteliti, berkembang apa adanya dan tanpa dimanipulasi oleh peneliti. Menurut Nugrahani (2014:171) Data kualitatif adalah analisis yang dilakukan dari awal sampai akhir penelitian, karena hasil analisis pertama menentukan langkah-langkah penyelidikan selanjutnya dan tidak menghalangi suatu penelitian untuk mengubah fokusnya. Dan rumusan masalah beserta penelitian yang dilakukan dan dilakukan terhadap subjek penelitian dalam

memakai dua teknik yaitu observasi dan wawancara. Data yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai proses dalam melakukan dan menentukan bagaimana tahap *share*, *optimize*, *manage* dan *engage* dalam pengelolaan digital *public relations* pada instagram @dpmdesajabar.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian terbagi menjadi beberapa bagian, diantaranya:

### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data pertama yang menghasilkan data. Menurut Bungin (2001: 129) Sumber data primer adalah data yang berasal dari sumber langsung, asli dan dapat berupa pendapat dan pengamatan orang. Data dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber primer atau tempat objek penelitian itu dilaksanakan. Sumber data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari sumber paling utama, yaitu pada bidang humas Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat yang mengelola *instagram* Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat. Adapun hasil yang diperoleh dari wawancara bersama narasumber yaitu berupa rekaman audio, catatan dan foto.

### b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data dimana menjadi data pelengkap dari data primer. Menurut Kuncoro (2009:145), Menjelaskan bahwa data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh pihak lain dan peneliti dapat mencari sumber data lainnya melalui perantara media lain. Penelitian ini Sumber data sekunder didapatkan langsung dari data digital pada akun instagram @dpmdesajabar, dan

bisa berbentuk dokumen ataupun lainnya sehingga menunjang kelengkapan informasi yang dibutuhkan peneliti.

### **1.7.5 Penentuan Informan**

#### **1. Penentuan Informan**

Informan dalam suatu penelitian dilakukan untuk mempertimbangkan kriteria narasumber mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Moleong (2006;132) menjelaskan bahwa seorang informan adalah individu yang digunakan untuk menyediakan informasi mengenai situasi serta latar belakang dari penelitian. Misalnya seseorang yang dianggap mengetahui suatu informasi mengenai data dan sebagai objek dalam penelitian. Individu-individu yang menjadi fokus penelitian adalah mereka yang memiliki peran dalam mengelola *platform* media sosial, terutama *Instagram*. Berikut adalah kriteria yang digunakan untuk memilih informan:

- a. Informan pertama yaitu kepala bidang Humas Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat.
- b. Informan kedua yaitu admin pengelola instagram Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat.
- c. Informan ketiga yaitu anggota humas Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat.

### **1.7.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data ini dirancang untuk mendukung metode penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui observasi, proses wawancara, serta dokumentasi. Menurut Sudaryanto (2015:6) menjelaskan bahwa tahap persiapan data adalah usaha peneliti dalam menghimpun atau menyediakan data

dengan jumlah yang memadai. Penelitian ini memakai teknik pengumpulan data yang disangka sama dengan tujuan serta masalah yang diteliti. Teknik yang akan dipakai didalam penelitian ini, yakni :

**a. Observasi Partisipasi Pasif**

Observasi adalah bagian dari teknik pengumpulan data yang paling banyak dilakukan dalam metode penelitian kualitatif. Menurut Widoyoko (2014:46) menjelaskan bahwa observasi ialah tindakan melihat dan mencatat secara teratur terhadap elemen-elemen yang terlihat dalam suatu fenomena pada subjek penelitian. Observasi pada hakekatnya merupakan suatu aktivitas dalam memakai seluruh penginderaan, termasuk penglihatan, penciuman, dan pendengaran, dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan agar dapat menjawab masalah penelitian. Hasil dari observasi ini bisa berbentuk kegiatan, peristiwa, kejadian, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosional manusia. Observasi digunakan untuk mendapatkan deskripsi yang benar tentang sebuah kejadian atau peristiwa untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Peneliti menggunakan observasi partisipasi pasif ini karena peneliti melakukannya dengan secara langsung datang ke tempat kegiatan yang akan diamati, akan tetapi peneliti tidak terlibat dalam kegiatan tersebut. Penelitian ini pada pelaksanaannya, peneliti datang langsung ke lokasi penelitian yaitu ke Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat, dengan begitu peneliti mencatat dan mengamati peristiwa ataupun suasana yang terjadi pada objek penelitian untuk memperoleh data yang jelas dan sesuai. Peneliti sehingga dapat mengetahui

kegiatan digital *public relations* pada instagaram @dpmdesajabar mulai dari tahap *some* (*Share, Optimize, Manage* dan *Engage*)

#### **b. Wawancara Mendalam**

Wawancara merupakan suatu proses komunikasi atau interaksi untuk memperoleh informasi, menurut Sutopo (2006:72) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan suatu proses dimana memperoleh jawaban untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab dengan berhadapan langsung atau bertatap muka antara informan dan pewawancara. Hasil wawancara yang didapatkan, akan dicatat sebagaimana adanya berdasarkan pernyataan dan jawaban dari informan.

Peneliti menggunakan metode wawancara mendalam ini untuk memperoleh informasi melalui proses tanya jawab dengan informan atau praktisi *Public Relations* di Dpm-Desa Prov.Jabar yang bertanggung jawab terkait bagaimana tahapan *some* (*Share, Optimize, Manage, dan Engage*) dalam mengelola media sosial *Instagram* @dpmdesajabar, sehingga diperoleh data yang lengkap dan akurat. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada informan telah disusun dalam pedoman wawancara.

#### **1.7.7 Teknik Analisis Data**

Teknik Analisis data sebuah proses dalam mengolah data dan informasi ke dalam proses penelitian. Menurut Miles, (1992: 15-21) Teknik analisis data yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif model interaktif, yang melibatkan langkah-langkah subjektif dalam proses penelitian. Pendekatan ini memungkinkan perubahan ketika peneliti terlibat dalam pengamatan langsung, mulai dari mengumpulkan data, mereduksi informasi, menyajikan hasil, hingga mengambil kesimpulan atau memverifikasi temuan penelitian.

Metode analisis data merupakan suatu metode pengolahan data yang dapat dijadikan sebagai informasi. Creswell (2013: 276-284) menjelaskan bahwa dalam sebuah penelitian, analisis data diperlukan agar data lebih mudah dipahami. Hal ini berguna untuk memberikan kontribusi terhadap solusi dari permasalahan penelitian yang sedang dilakukan. Tahap-tahap teknik analisis data adalah sebagai berikut:

a. Mengolah dan mempersiapkan data

Tahapan pertama, yang dilakukan oleh peneliti yaitu menyediakan informasi data yang akurat dari kondisi lapangan, yang melibatkan transkripsi wawancara, mencatat data lapangan atau memilah data sehingga penyusunan data secara sistematis. Adapun sumber data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian yaitu staf dari pihak Dpm-Desa Prov. Jabar melalui wawancara mengenai bagaimana proses dari kegiatan pengelolaan digital *public relations* pada *instagram* @dpmdesajabar.

b. Membaca keseluruhan data

Tahapan kedua, peneliti perlu membaca keseluruhan data yang terkumpul sehingga mengetahui makna dari sumber data yang diperoleh. Tahapan ini peneliti perlu menetapkan sebuah tema dari data-data yang telah dikelompokkan mengenai pengelolaan digital *public relations* pada *instagram* @dpmdesajabar.

c. *Meng-coding* seluruh data

Tahapan ketiga, peneliti perlu membuat koding pada seluruh data, dimana koding ini merupakan sebuah pemberian tanda pada data data yang telah dikelompokkan dengan memberikan kode yang sama. Tahapan ketiga ini bertujuan untuk mendapatkan kategorisasi dari analisa terkait bagaimana proses pengelolaan

digital *public relations* yang dilakukan oleh pihak Dpm-Desa Prov.Jabar melalui *instagram* @dpmdesajabar.

d. Menerapkan proses koding

Tahapan keempat, peneliti menghasilkan tema-tema dari hasil koding untuk membuat deskripsi yang akan dianalisis. Peneliti membuat deskripsi informasi terkait bagaimana proses pengelolaan digital *public relations* yang dilakukan oleh pihak Dpm-Desa Prov. Jabar melalui *instagram* @dpmdesajabar yang nantinya akan dijadikan sebagai judul dalam bagian hasil penelitian.

e. Menghubungkan antar tema

Tahapan kelima, peneliti membuat kategori data yang telah dianalisis secara sistematis dan disajikan kembali dalam bentuk narasi. Narasi ini berupa keterangan mengenai kronologis peristiwa,tema-tema tertentu atau keterhubungan antar tema.

f. Menginterpretasi atau memaknai data

Tahapan keenam, peneliti dapat membantu mengungkap esensi dari suatu gagasan. Interpretasi ini berasal dari perbandingan antara hasil penelitian berupa informasi yang ditemukan dengan literatur atau teori yang diimplementasikan.

Peneliti menggunakan teknik analisis data dari Creswell karena teknik analisa yang menghasilkan informasi berupa data yang diperoleh dari hasil wawancara, ini dapat dijadikan sebagai informasi mengenai bagaimana pengelolaan digital *public relations* pada *instagram* @dpmdesajabar secara jelas.



|          |                                |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|----------|--------------------------------|--|--------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|          | <b>Skripsi</b>                 |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|          | <b>Pelaksanaan Penelitian</b>  |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|          | <b>Olah Data dan Analisis</b>  |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|          | <b>Penyusunan Skripsi</b>      |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|          | <b>Bimbingan Skripsi</b>       |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>4</b> |                                |  | <b>Tahap Keempat: Sidang Skripsi</b> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|          | <b>Bimbingan Akhir Skripsi</b> |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|          | <b>Sidang Skripsi</b>          |  |                                      |  |  |  |  |  |  |  |  |  |