

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Berita hoax yang beredar di Provinsi Jawa Barat saat ini cukup banyak yakni mencapai 290 kasus pada bulan Mei 2022 yang dimana aduan tersebut berasal dari laporan masyarakat. Karna tingginya keluhan masyarakat mengenai berita hoax sehingga Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat yakni Dinas Komunikasi dan Informatika membuat program Jabar Saber Hoax pada sebuah media sosial Instagram. Yang dimana Masyarakat Jabar dapat mengadu atau melaporkan melalui media sosial Jabar Saber Hoax.

Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Jabar yakni sebuah lembaga pemerintah mempunyai kewenangan dalam melaksanakan urusan pemerintah pada bidang komunikasi dan informatika dengan berusaha memberikan pelayanan yang baik bagi masyarakat dengan membuat suatu program untuk menyapaikan segala bentuk aduan untuk mendapatkan kepuasan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Diskominfo Jabar berawal dari adanya pusat pengelolaan data yang berada diprovinsi Jawa Barat pada tahun 1977 yang diawali dengan adanya suatu proyek pembangunan komputer tingkat 1 di Jawa Barat. Nama Diskominfo lahir berdasar pada peraturan daerah nomor 21 tahun 2008 mengenai organisasi dan tata kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat. Sasaran pada Diskominfo tidak hanya mengenai teknis namun juga mengenai kebijakan baik itu internal ataupun kepentingan eksternal dibidang teknologi dan informasi.

Diskominfo Jabar berupaya untuk membantu masyarakat Jabar dalam menanggapi berita hoax dengan Jabar Saber Hoax yang memiliki tugas dan fungsi untuk memverifikasi terlebih dahulu informasi atau rumor yang belum jelas adanya dan beredar di masyarakat dengan melakukan pengolahan data dari sumber rujukan yang aktual. Maksud pada pembentukan Jabar Saber Hoaks ialah berupaya untuk menjalankan pengelolaan informasi dan berjalannya komunikasi publik yang sehat, bermartabat dan upaya mampu memanfaatkan secara positif dan produktif.

Media online saat ini menjadi alat komunikasi dan penyebaran informasi yang menjadi salah satu penyokong peran *public relations* dalam menjalankan tugas, fungsi dan perannya. Sehingga media online ini banyak digunakan oleh berbagai instansi dan lembaga, Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat juga memanfaatkan media online dengan menggunakan salah satu media sosial Instagram dalam menjalankan salah satu program ialah Jabar Saber Hoaks dengan nama akun @Jabarsaberhoaks yang dibentuk pada tanggal 7 desember 2018.

Akun resmi @jabarsaberhoaks saat ini mempunyai pengikut sebanyak 70,5RB pengikut dan 5.365 postingan dan Jabar Saber Hoaks mengusung tagline #jabarhantamhoak. Media online facebook juga di manfaatkan sebagai sarana aduan bagi masyarakat Jawa Barat dengan akun resmi ialah @official.jabarsaberhoaks. Memverifikasi mengenai suatu informasi yang sedang marak diperbincangkan menjadi tugas Jabar Saber Hoaks dengan menjalankan pengolahan data dari sumber yang aktual dan cukup terpercaya.

Hoaks akan timbul saat suatu isu mencuat ke publik, namun banyak hal yang menjadi pertanyaan bagi publik. Penindakan terhadap maraknya berita hoaks, wajib

dimulai dari individu itu sendiri, dengan mengenali serta menguasai ilmu komunikasi dengan benar. Sehingga bisa mengidentifikasi pesan komunikasi mana yang tidak butuh disebarluaskan supaya tidak terjalin kesalahan dan masif pada masyarakat (Ali dan Purwandi 2017:191).

Kurangnya pemilahan berita yang beredar di media dari pihak yang mempunyai kewenangan sehingga mempermudah pembuat hoaks dalam menjalankan pekerjaannya. Dan minimnya literasi dalam pemanfaatan media sosial dilingkungan sekitar membuat penyebaran hoaks oleh pihak yang tidak bertanggung jawab semakin luas. Tujuan dari hoaks ialah penggiringan opini publik sehingga membentuk persepsi yang salah mengenai berita tersebut. Permasalahan hoaks ini merupakan suatu permasalahan yang harus dicermati oleh pemerintah ataupun warga.

Berita bohong dapat menjadi sebuah bentuk penipuan dan penyesatan publik, bisa menjadi pemicu terjadinya kepanikan sosial serta menjadi suatu keresahan masyarakat, bahkan pada tingkat paling massif saja mampu menghancurkan suatu tingkat tatanan peradaban sosial dan menimbulkan berbagai dampak bisa terjadi pada seluruh bidang kehidupan salah satunya yang cukup banyak ialah mengenai berita politik, tetapi banyak juga mengenai berita ekonomi dan sosial yang pada akhirnya semua berita tersebut dapat menjadi pemicu timbulnya suatu sikap masyarakat yang tidak diharapkan.

Digital *Public Relations* ialah salah satu bagian dari kegiatan hubungan masyarakat yang diadaptasi dari penggunaan suatu teknologi dan informasi dan komunikasi bagi lembaga atau perusahaan yang efektif dengan tujuan membangun

citra yang positif bagi lembaga. Menurut Hanifah (2021:32) menjelaskan bahwasannya peran manajemen beberapa lembaga, organisasi dan perusahaan sangat berlomba-lomba dalam membungkus suatu informasi yang semula-mula sederhana menjadi semenarik mungkin sehingga publik dapat dengan sangat cepat memahami makna dari pesan yang disampaikan sehingga dapat dimanfaatkan dalam publikasi melalui media sosial. Kepopuler suatu media sosial yang digunakan oleh lembaga menjadikan media tersebut lebih cepat mendapatkan respon dari publik sehingga memungkinkan menjembatani hubungan masyarakat dengan lembaga menggunakan platform tersebut dengan tujuan untuk sukses.

Teknologi informasi yang semakin canggih menjadikan peran media sosial saat ini sangatlah penting bagi masyarakat umum karna dengan media yang dapat memungkinkan penggunaanya bisa lebih mudah berpartisipasi, serta berinteraksi ataupun berbagi hingga terlibat pada jaringan sosial yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Munculnya media sosial instagram yakni sebuah media yang memberikan layanan baik itu berbagi foto, video, ataupun informasi lainnya sehingga sangat digemari dan dimanfaatkan oleh para penggunaanya.

Instagram ialah suatu media sosial yang dimanfaatkan praktisi Humas dalam mempublikasikan kegiatan ataupun suatu informasi karena peminatnya yang cukup banyak sehingga dapat mendukung kinerja seorang Humas. Instagram merupakan media sosial yang mampu menayangkan berbagai konten dan menimbulkan respon yang berbeda dari publik sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi antara suatu dinas dengan publiknya.

Media sosial saat ini telah menjadi media yang begitu digemari. Media sosial dapat membuat penggunanya dengan mudah menerima sebuah berita dimana pun, media sosial juga dapat merugikan karena banyaknya beredar berita yang tidak sesuai dengan fakta. Hal ini perlu diwaspadai oleh para pengguna media sosial bahwa harus secara bijak dan teliti jika mendapatkan sebuah berita yang belum jelas penyebarannya. Sehingga pemerintah mempunyai peran penting dalam meminimalisir terjadinya kesalahpahaman atau tersebar luasnya berita tersebut.

Penyebaran informasi digital menjadi begitu penting karena dapat dirasakan manfaatnya oleh suatu perusahaan upaya memenuhi kebutuhan informasi pada media tersebut dan membutuhkan perencanaan yang sesuai dalam pengaplikasiannya. Pemanfaatan beberapa media dalam proses perencanaan kegiatan publikasi seperti aplikasi editing sangat membantu dalam pembuatan konten yang menarik sehingga dapat menarik banyak audiens dan meningkatkan followers media sosial tersebut.

Adanya kemudahan dalam penyebar luasan informasi atau berita tersebut sehingga berita cepat diterima oleh khalayak sebelum adanya bukti yang akurat yang dimana dapat dikatakan bahwa berita tersebut merupakan berita hoax atau belum tentu kebenarannya. Sehingga pemerintah mempunyai peran penting dalam meminimalisir terjadinya kesalahpahaman atau tersebar luasnya berita tersebut.

Berdasar pada latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti media sosial Instagram @jabarsaberhoaks oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat dalam upaya mengurangi berita hoaks di Jawa Barat. Karena dirasa program ini mempunyai peran penting dalam mengurangi berita hoaks khususnya di Provinsi

Jawa Barat menjadi wadah pengaduan bagi masyarakat mengenai validasi atau kebenaran sebuah berita yang berkembang.

Penelitian ini mengaplikasikan paradigma konstruktivistik, dimana paradigma ini memandang suatu realitas sosial yang bersifat subjektif dan mempunyai anggapan bahwa tidak ada suatu realitas yang di anggap tunggal sehingga dapat menghasilkan suatu pendapat yang berbeda. Paradigma konstruktivistik yakni bagaimana peneliti menemukan suatu realitas yang ada dan dikonstruksikan dengan produksi suatu penyampaian makna dengan sebuah pesan hasil dari sebuah konstruksi. Selain pada paradigma konstruktivistik peneliti juga menggunakan metode kualitatif karena dalam menjalankan penelitian ini dapat menemukan suatu fenomena yang alami yang nantinya akan dideskripsikan dan pada penelitian ini menggunakan konsep *four step public relations* menurut Cutlip, Center dan Broom.

## **1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasar pada latar belakang yang peneliti tulis maka penelitian ini memiliki fokus terhadap "Pengelolaan Instagram Jabar Saber Hoax Diskominfo Jabar", dengan begitu diajukan beberapa pertanyaan penelitian mengenai :

- 1) Bagaimana cara Tim Jabar Saber Hoaks dalam mencari informasi mengenai tersebarnya berita hoaks di Jawa Barat ?
- 2) Bagaimana cara Tim Jabar Saber Hoaks dalam mempersiapkan akun media sosial program Jabar Saber Hoaks ?
- 3) Bagaimana cara Jabar Saber Hoaks dalam penyusunan program dan mekanisme kerja tim Jabar Saber Hoaks ?

- 4) Bagaimana tahap evaluasi yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

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

- 1) Untuk mengetahui cara Jabar Saber Hoaks dalam mencari fakta mengenai berita hoaks di Jawa Barat.
- 2) Untuk mengetahui cara Jabar Saber Hoaks dalam mempersiapkan akun media sosial Jabar Saber Hoaks
- 3) Untuk mengetahui cara Jabar Saber Hoaks dalam pengelolaan, penyusunan program dan mekanisme kerja tim Jabar Saber Hoaks
- 4) Untuk mengetahui tahap evaluasi yang di lakukan oleh Jabar Saber Hoaks

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

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

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan, pengalaman dalam penelitian serta penulisan ilmiah, Juga dapat berkontribusi dan sumbangsih dalam memahami kajian ilmu komunikasi baik mengenai matakuliah humas online, fotografi, teori komunikasi, manajemen public relations serta sebagai bentuk perluasan ilmu komunikasi khususnya hubungan masyarakat dalam menggunakan media sosial.

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

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi dimanfaatkan sebagai bahan masukan untuk pemahaman dalam pemanfaatan media sosial dan dapat sebagai sarana pengembangan hubungan masyarakat. Penulis juga berharap

penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat dalam meningkatkan serta memberikan pelayanan publik yang lebih baik dan menjaga keutuhan hubungan dengan eksternalnya.

### **1.5. Kajian Penelitian Sebelumnya**

Penelitian ini diperoleh dari penelitian terdahulu meskipun terdapat beberapa perbedaan namun peneliti menganggap bahwasannya memiliki relevansi terhadap penelitian yang akan dilakukan. Peneliti sudah mengumpulkan beberapa penelitian serta mengklasifikasikan baik itu persamaan dan perbedaannya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti telah kumpulkan beberapa referensi:

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Resti Sri Elwani dan Firman Kurniawan (2020) yang berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja", Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, Hasil pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang begitu melekat pada kehidupan sehari-hari remaja. Popularitas dan ketergantungan pada media sosial ini terus meningkat sehingga merupakan cara yang mudah dan nyaman untuk berinteraksi dan berkomunikasi dikalangan remaja.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus serta tujuan penelitian, penelitian yang dilakukan oleh Resti Sri Elwani dan Firman Kurniawan bagaimana pengimplementasian dan strategi yang dilakukan dalam kampanye tersebut, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada proses perencanaan, pengkoordiniran serta pengolahan.



**Kedua**, penelitian yang dilakukan oleh Kholis Firmansyah, Khotim Fadhli, Ichwanda Ahmad Noviandy, Silviana Rini. Yang berjudul "Pengenalan Media Sosial dan E-commerce Sebagai Media Pemasaran Serta Pengemasan Frozen Food", Hasil pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa menggunakan media sosial dan E-commerce untuk memperkenalkan suatu produk dan dapat meningkatkan penjualan produk.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada metode pendekatan yang akan dilakukan, penelitian yang dilakukan oleh Kholis Firmansyah, Khotim Fadhli, Ichwanda Ahmad Noviandy, Silviana Rini menggunakan metode pendekatan secara diskusi sedangkan metode yang akan dilakukan penelitian ini dengan wawancara.

**Ketiga**, penelitian yang dilakukan oleh Novita Damayanti dan Cakra Ningsih yang berjudul "Digital Humas Pemerintahan Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 Di Indonesia", Hasil pada penelitian tersebut bahwa digital humas mempunyai peran dalam menyampaikan edukasi pencegahan Covid-19 di Indonesia dengan berbagai media daring baik itu website ataupun media sosial.

Pada penelitian tersebut menggunakan paradigma konstruktivistik berdasarkan pada fenomena yang terjadi sebenarnya dan menggunakan metode studi kasus, perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yakni terletak pada obyek.

**Keempat**, penelitian yang telah dilakukan oleh Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoaraida, Lukiati Komala Erdinaya dan Kokom Komariah, dengan judul

“Komunikasi Humas Pemerintahan Kabupaten/Kota Di Jawa Barat Melalui Media Digital”, hasil pada penelitian tersebut bahwasannya dengan banyaknya channel komunikasi yang dimanfaatkan dapat menjadi dasar untuk membranding mengenai fungsi dan peran humas dengan informasi yang nyata dan utuh.

Metode yang dilakukan oleh penelitian tersebut dengan metode deskriptif, menggunakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan lapangan, wawancara dan FGD. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada obyek penelitian.

**Kelima**, penelitian yang dilakukan oleh Tiara Kharisma dan Lidya Agustina dengan judul “Penerapan Manajemen Humas Digital Dalam Komunikasi Publik Di Instansi Arsip Nasional Republik Indonesia”, penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif yakni dengan pengumpulan data secara wawancara, hasil pada penelitian tersebut dalam pelaksanaannya Humas ANRI menggunakan media website dan media sosial untuk menyampaikan informasi yang dimilikinya.

Perbedaan pada penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada obyek dan fokus penelitian yang dimana pada penelitian tersebut lebih berfokus pada kedudukan humas itu sendiri.

Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Resti Sri Elwani dan Firman Kurniawan	Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja	Pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif	Media sosial merupakan alat komunikasi yang begitu melekat pada kehidupan sehari-hari remaja. Popularitas dan ketergantungan pada media sosial ini terus meningkat sehingga merupakan cara yang mudah dan nyaman untuk berinteraksi dan berkomunikasi dikalangan remaja	Terletak pada pengimplementasia n dan strategi yang dilakukan dalam kampanye tersebut, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada proses perencanaan, pengkordiniran serta pengolahan
2	Kholis Firmansyah , Khotim Fadhli, Ichwanda Ahmad Noviandy, Silviana Rini	Pengenalan Media Sosial dan E- commerce Sebagai Media Pemasaran Serta Pengemasan Frozen Food	Metode pendekatan secara diskusi	Dengan menggunakan media sosial dan E-commerce untuk memperkenalkan suatu produk dan dapat meningkatkan penjualan produk.	Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada metode serta pendekatan. Pada penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan secara diskusi sedangkan metode yang akan

					dilakukan penelitian ini dengan wawancara
3	Novita Damayanti dan Cakra Ningsih	Digital Humas Pemerintahan Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19n Di Indonesia	Menggunakan paradigma konstruktifisti k berdasarkan pada fenomena yang terjadi sebenarnya dan menggunakan metode studi kasus	Digital humas mempunyai peran dalam menyampaikan edukasi pencegahan Covid-19 di Indonesia dengan berbagai media daring baik itu website ataupun media sosial	Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yakni terletak pada obyek
4	Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoaraida, Lukiat Komala Erdinaya dan Kokom Komariah.	Komunikasi Humas Pemerintahan Kabupaten/Kot a Di Jawa Barat Melalui Media Digital	metode deskriptif, menggunakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan lapangan, wawancara dan FGD.	Dengan banyaknya channel komunikasi yang dimanfaatkan dapat menjadi dasar untuk membranding mengenai fungsi dan peran humas dengan informasi yang nyata dan utuh	Metode yang dilakukan oleh penelitian tersebut dengan metode deskriptif, menggunakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan lapangan, wawancara dan FGD. Perbedan penelitian terebut dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada obyek penelitian.
5	Tiara	Penerapan	metode	Hasil pada	Perbedaan pada

	Kharisma dan Lidya Agustina	Manajemen Humas Digital Dalam Komunikasi Publik Di Instansi Arsip Nasional Republik Indonesia.	kualitatif yakni dengan pengumpulan data secara wawancara.	penelitian tersebut dalam pelaksanaannya Humas ANRI menggunakan media website dan media sosial untuk menyampaikan informasi yang dimilikinya.	penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada obyek dan fokus penelitian yang dimana pada penelitian tersebut lebih berfokus pada kedudukan humas itu sendiri.
--	-----------------------------	--	--	---	--

## 1.6. Landasan Pemikiran

### 1.6.1. Landasan Teoritis

Landasan teoritis deskriptif yakni merupakan telaah kepustakaan yang mengacu pada proses penyelesaian suatu masalah pada sebuah penelitian. Penelitian ini menggunakan konsep four step public relations yang dikembangkan oleh Cutlip, Center dan Broom (2016) *Effective Public Relations*. Jakarta. *Public Relations* dapat dikatakan sebagai sebuah proses perubahan serta pemecahan masalah pada suatu organisasi atau kelompok. Setiap langkah atau proses pada konsep ini sangatlah penting dan pada setiap konsepnya tidak dapat dipisahkan karna proses ini bersifat berkelanjutan, bersifat siklas serta diaplikasikan secara dinamis.

Riset dapat diartikan sebagai sebuah upaya pengumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dengan tujuan untuk memahami suatu situasi dan riset juga menjadi salah satu alternatif ilmiah. Riset mempunyai tujuan utama yakni untuk meminimalisir ketidak pastian dalam mengambil atau merancang

keputusan. Dengan melakukan riset dapat lebih dulu mengetahui situasi yang ada sehingga dapat merekomendasikan situasi.

Penilaian mengenai suatu yang salah atau suatu hal bisa menjadi lebih baik merupakan pemicu adanya problem sehingga suatu organisasi mempunyai tugas dan tujuan menyediakan suatu kriteria untuk sebuah penilaian. Analisa situasi pun yakni sekumpulan hal yang diketahui serta dipahami dalam sebuah situasi, pada hal ini seseorang dapat mendefinisikan atau bahkan memperbaiki suatu pernyataan problem.

Perencanaan suatu program merupakan hal yang amat penting sebelum mengambil suatu tindakan. Dengan menyusun rencana terlebih dahulu dapat mencegah sesuatu hal yang tidak diinginkan terjadi, agar pengimplementasian program tersebut berlangsung efektif harus disusun dan dipantau setiap langkahnya dengan persiapan skenario, rancangan secara matang dan dukungan penuh.

Suatu tindakan korektif dibutuhkan ketika adanya suatu problem yang muncul karna dengan tindakan dapat menghilangkan sumber atau pemicu dari problem. Tindakan yang dilakukan membutuhkan strategi komunikasi yang baik sehingga pesan dapat dipahami. Lalu metode penyebarluasan amat penting karna berupaya untuk mempengaruhi suatu opini.

Evaluasi program merupakan tahap akhir pada teori ini, riset evaluasi merupakan tahap awal yang dilakukan untuk mempelajari apa yang dilakukan dan telah terjadi. Melakukan tinjauan terhadap apa yang telah dilakukan atau mengkaji kembali organisasi, ketetapan program, strategi serta taktik pesan.

Pengukuran dampak menjadi poin terakhir yang dimana mencatat sejauh mana pencapaian terhadap publik sasaran serta tujuan program yang sudah dicapai.

## **1.6.2. Landasan Konseptual**

### **1.6.2.1. Digital Public Relations**

Digital *Public Relations* merupakan suatu media baru yang muncul pada era modern saat ini dengan menggunakan media internet dan komputer. Media ini memberikan kemudahan pada setiap aktivitas termasuk berkomunikasi, sehingga menuntut praktisi *Public Relations* untuk beradaptasi dengan media baru ini karena memberikan manfaat dalam menjalin komunikasi secara cepat dan luas. Media baru ini juga memberikan peluang bagi seorang PR untuk melakukan riset, mengumpulkan informasi, menyampaikan pesan yang dapat menggiring opini publik serta memantau opini. Menurut Onggo (2004:7), E-PR adalah suatu inisiatif *Public Relations* yang menggunakan media sosial dan media internet sebagai sarana publisitas. Di Indonesia sendiri lebih dikenal dengan istilah *Cyber Public Relations*. *Public Relations Digital* mencakup persiapan peralatan Pers Digital untuk memperluas jangkauan perlengkapan pers *Public Relations* yang umum dan memastikan pendistribusian informasi perusahaan yang bisa berjalan secara cepat, efektif dan efisien kepada media dan memastikan hubungan media yang lebih tepat sasaran guna menempuh sebuah keberhasilan dalam pendistribusian informasi perusahaan (Nosike, 2003: 14).

### **1.6.2.2. Media Sosial**

Media sosial yakni sebuah media yang dapat digunakan untuk bersosialisasi dan berinteraksi secara online tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu

karna dengan media ini dapat menghapuskan batasan manusia yang memungkinkan dapat menjangkaunya dimanapun dan kapanpun. Dampak dari media itu sendiri memudahkan kita dalam berinteraksi serta mempengaruhi kehidupan sosial suatu masyarakat. Media sosial memudahkan seorang praktisi *Public Relations* dalam menggiring opini serta memberikan informasi mengenai suatu lembaga atau organisasi. Menurut Nasrullah (2016:11) menjelaskan bahwasannya media social ialah suatu media yang berfokus pada eksistensi pengguna media tersebut dalam melakukan segala aktivitas. Media social juga menjadi wadah dalam mengekspresikan diri serta dapat menjalin kerjasama, hubungan sehingga membentuk sebuah ikatan social dan menciptakan hal yang baik.

## **1.7. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1.7.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada sebuah lembaga pemerintah yakni Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat, Jl. Diponegoro 22 Gedung B Lantai 2 Bandung-Jawa Barat. Penelitian ini memilih lokasi tersebut karna informan yang mempunyai peran penting dan pusat pemrograman Jabar Saber Hoax berada ditempat tersebut.

### **1.7.2. Paradigma dan Pendekatan**

Berdasar pada latar belakang yang sudah peneliti jelaskan sebelumnya penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik, dimana paradigma ini memandang realitas sosial, bersifat subjektif, serta menganggap bahwa tidak ada realitas yang dianggap mutlak dan tunggal jadi dapat menghasilkan pendapat yang berbeda, interpretasinya ialah individu-individu yang dianggap



kelompok.

Paradigma yakni bagaimana cara pandang seseorang mengenai diri dan lingkungan yang mana akan mempengaruhi cara berfikir serta tingkah laku seseorang. Pada penelitian ini paradigma digunakan untuk membantu peneliti dalam memahami sebuah fenomena. Paradigma merupakan seperangkat asumsi, ide dan gagasan. (Guba dan Lincoln, 1988: 89-115).

Paradigma konstruktivistik ialah bagaimana cara peneliti menemukan suatu realitas yang ada yang dikonstruksikan dengan cara konstruksi sendiri. Menurut Hidayat (2003:3) bahwa paradigma konstruktivistik mempertimbangkan bahwa ilmu sosial sebagai suatu analisis sistematis terhadap *Socialy meaningful action* melalui pengamatan secara langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan yang mengelola dan menciptakan sosial media tersebut.

Dalam suatu ilmu komunikasi, paradigma konstruktivistik berkaitan dengan produksi penyampaian makna dengan sebuah pesan yang mana hasil dari sebuah konstruksi. Teori yang membahas mengenai konstruksi social dapat dikatakan berada diantara teori fakta social dan definisi social (Eryanto 2004:13).

Penelitian yang akan dilakukan ini melihat *Public Relations Digital* Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat dalam menangani aduan berita hoax yang dilaporkan oleh masyarakat Jawa Barat pada sebuah media sosial berbasis digital. Atas dasar hal tersebut penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan dan proses yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat

dalam layanan Jabar Saber Hoax. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini dengan pendekatan interpretif melihat bagaimana aktivitas praktisi public relations serta menggambarkan fenomena sosial yang sudah tidak terjadi.

### **1.7.3. Metode Penelitian**

Metode deskriptif ialah metode yang digunakan serta bertujuan untuk menggambarkan situasi tertentu, serta metode deskriptif ialah metode yang ditujukan untuk menjelaskan suatu fenomena baik itu buatan atau ilmiah yang bersumber dari manusia berupa aktivitas, perbedaan ataupun persamaan antar fenomena. Penelitian ini ditujukan untuk memberikan gambaran atas suatu obyek tanpa adanya rekayasa dalam arti sesuai dengan apa yang peneliti temukan. Menurut sugiyono (2016) metode penelitian kualitatif ialah metode yang digunakan dalam meneliti kondisi obyek yang alamiah.

Metode penelitian merupakan tahapan ilmiah yang dimana untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan peneliti, dimana data yang diperoleh ialah data yang bersifat kualitatif berupa kata-kata tulisan maupun lisan. Data yang disajikan pada penelitian kualitatif ini berbentuk uraian dari kata dan kalimat, (Bungin, 2001:124). Fokus pada penelitian ini ialah public relations digital sehingga pada penelitian ini metode penelitiannya memberikan penjelasan mengenai perencanaan serta proses bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat pada pelayanan Jabar Sabar Hoax. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif, karena bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan mengenai Jabar Saber Hoax pada media sosial instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat.

## **1.7.4. Jenis Data dan Sumber Data**

### **1.7.4.1. Jenis Data**

Data yang diperlukan pada penelitian ini membutuhkan jenis data kualitatif, data kualitatif ini ialah suatu data yang dapat diamati dan dicatat. Data kualitatif ini seperti data wawancara, data observasi dan catatan-catatan dari suatu permasalahan yang dihadapi pada saat penelitian. Jenis data yang diperlukan serta dideskripsikan yaitu :

- a. Data dari Jabar Saber Hoaks dalam mencari informasi mengenai tersebarnya berita hoaks di Jawa Barat.
- b. Data dari Jabar Saber Hoaks dalam mempersiapkan akun media sosial program Jabar Saber Hoaks.
- c. Data dari Jabar Saber Hoaks dalam penyusunan program dan mekanisme kerja Tim Jabar Saber Hoaks.
- d. Data dari Jabar Saber Hoaks dalam pengevaluasian program Jabar Saber Hoaks.

### **1.7.4.2. Sumber Data**

Sumber data ialah subyek dimana data itu diperoleh berupa informasi yang dibutuhkan sehingga mencapai tujuan, sumber data terbagi menjadi dua:

#### **a. Sumber Data Primer**

Sumber Data Primer ialah sumber data yang langsung didapatkan dari sumbernya yaitu humas Diskominfo Jabar yang berperan langsung dalam pengelolaan program Jabar Saber Hoax. Sumber data primer ini digunakan untuk mengetahui serta mencari jawaban dari pertanyaan peneliti yang meliputi: Identifikasi masalah yang telah dilakukan,

perencanaan, pengaplikasian hingga sampai pada tahap akhir yakni pengevaluasian.

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

Data sekunder merupakan sebagai data penunjang serta data pelengkap dari data primer, sehingga data yang di peroleh dari penelitian ini mempunyai penguatan dari data yang ditemukan serta didapatkan dilapangan. Data sekunder didapatkan dari data digital yang bersumber dari website ajuan layanan Jabar Saber Hoax.

#### **1.7.5. Penentuan Informan**

Pada penelitian ini peneliti memilih beberapa informan yang sesuai berdasarkan pertimbangan serta memenuhi kriteria yang sudah sesuai dengan kebutuhan peneliti. Kriteria ini diambil berdasarkan hasil pertimbangan peneliti berikut kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti:

1. Informan pertama ialah seseorang yang mempunyai peran penting dalam perencanaan serta manajemen program Jabar Saber Hoax yakni Humas Diskominfo Jabar, karna peneliti menganggap bahwa informan ini mempunyai sumbangsih besar terhadap program Jabar Saber Hoax serta memahami bagaimana manajemen yang telah dilakukan dalam program Jabar Saber Hoax.
2. Informan kedua ialah seseorang yang mempunyai peran dalam pengaplikasian program Jabar Saber Hoax yakni Tim Jabar Saber Hoaks, karna dengan alasan memahami betul bagaimana pengaplikasian program Jabar Saber Hoax pada media sosial instagram, memahami cara pelaporan

dan memahami bagaimana merespon laporan tersebut.

### **1.7.6. Teknik Pengumpulan Data**

Atas dasar kebutuhan penelitian ini yang sudah dijelaskan dan di paparkan di atas peneliti memutuskan untuk menggunakan 2 teknik pengumpulan data, yaitu :

#### **a. Wawancara**

Wawancara banyak digunakan dalam teknik pengumpulan data apabila sebelumnya peneliti sudah melakukan studi pendahuluan yang dimana sudah mempunyai tujuan mengenai permasalahan apa yang akan diteliti. Menurut Susan Stainback dalam sugiyono (2017:141). menjelaskan bahwasannya dengan menggunakan teknik wawancara peneliti akan mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai situasi dan fenomena yang telah terjadi di dibandingkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi.

Ketika melakukan wawancara penting halnya membawa instrumen karna menjadi pedoman ketika wawancara, upaya mendukung berjalannya wawancara tersebut dapat menggunakan alat bantu seperti record ataupun gambar. Pada penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara secara langsung atau face to face. Pencatatan hasil wawancara juga sangat penting agar tidak hilang ataupun lupa dan merangkum secara sistematis hasil dari wawancara tersebut. Teknik wawancara ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti kepada informan yakni

Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat.

#### **b. Observasi Terus Terang atau Tersamar**

Observasi ialah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung, pada teknik ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyatakan terlebih dahulu bahwasannya peneliti akan melakukan observasi dan penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat, sehingga yang diteliti mengetahui tujuan peneliti dari awal hingga akhir.

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2010:27). menjelaskan bahwa observasi merupakan dasar dari ilmu pengetahuan, karna para ilmuwan dapat bekerja atas dasar dan fakta yang dihasilkan dari observasi terlebih dahulu dan di kumpulkan sehingga dapat diobservasi. Observasi pada penelitian ini di lakukan di kantor Diskominfo Jabar sehingga peneliti dapat melihat langsung bagaimana proses dan pengelolaan Jabar Saber Hoax.

#### **1.7.7. Teknik Keabsahan Data**

Teknik yang akan dipilih dalam mengetahui keabsahan suatu data yang akan digunakan peneliti ialah teknik triangulasi. Moleong (2006: 330) Menjelaskan bahwa triangulasi sumber data adalah kegiatan menelaah sumber informasi yang diperoleh dengan menggunakan waktu dan alat yang berbeda. Teknik triangulasi sumber ini mendeskripsikan, mengkategorikan dan menelaah data atau informasi mana yang sama di antara informan penelitian, dan lebih khusus lagi, diambil dari hasil informasi yang diberikan oleh beberapa informan pada

masing-masing sumber.

Menurut William Wiersma dalam Sugiyono (2017:372). Data yang didapatkan dari berbagai sumber diperiksa dengan berbagai cara dan waktu, sehingga triangulasi dapat dibedakan dalam tiga jenis yakni: waktu, sumber dan pengumpulan data.

#### **1.7.8. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan rancangan untuk mencari data dan membuat secara tersusun yang didapat melalui kegiatan dokumentasi, catatan lapangan, serta wawancara. Anggito & Setiawan (2018: 236) menjelaskan bahwa analisis data yaitu melalui penjabaran kepada unit-unit, mengkategorikan data, mengklasifikasi data yang lebih penting, membuat pola yang mudah dimengerti oleh peneliti.

Analisis data pada proses penelitian kualitatif ialah hal yang amat kritis. Analisis data ialah suatu proses data yang disusun secara sistematis dengan hasil yang diperoleh dari wawancara dan catatan hasil dari lapangan. Sifat dari analisis data kualitatif ialah induktif karena suatu analisis data berdasarkan data yang sudah diperoleh sebelumnya. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman berikut penjelasannya:

1. Pengumpulan Data, pada bagian ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan observasi serta wawancara mendalam, pengumpulan data dapat diperoleh dengan kurun waktu hingga sehari-hari sehingga data yang diperoleh dan dibutuhkan cukup banyak.

2. Reduksi Data, peneliti perlu melakukan pencatatan secara terperinci karena hasil yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, reduksi ialah merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal yang penting sehingga mempermudah penelitian yang akan dilakukan.
3. Penyajian Data, pada bagian ini peneliti melakukan penyajian data baik itu berupa uraian atau hubungan. Dengan melakukan penyajian data dapat memudahkan dalam memahami serta merencanakan step selanjutnya. Verification, pada tahap akhir ini peneliti membuat kesimpulan serta verifikasi, pada tahap kesimpulan dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah berupa deskripsi atau gambaran.
4. Penarikan Kesimpulan, kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan sehingga menjenuhkan data. (Miles dan Huberman, 2009: 16-21) menekankan bahwa kesimpulan yang disajikan pada tahap awal penelitian ini tetap tentatif sampai penelitian baru yang lebih kredibel dari temuan penelitian ini dilakukan.



