

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

BNN Provinsi Jawa Barat merupakan lembaga yang berada didalam struktur BNN RI dan merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK). BNN Provinsi Jawa Barat bertugas untuk melaksanakan tugas pemerintahan dalam upaya pencegahan, pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba, psikotropika, prekursor dan bahan adiktif lainnya kecuali bahan adiktif untuk tembakau dan alkohol (P4GN) di wilayah Jawa Barat.

Humas BNN Provinsi Jawa Barat memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu media yang digunakan dalam kegiatan kehumasan. Kegiatan kehumasan tersebut dilakukan melalui akun Instagram @infobnn_prov_jabar. Akun Instagram @infobnn_prov_jabar merupakan akun resmi milik BNN Provinsi Jawa Barat dan berfungsi sebagai media dalam kegiatan diseminasi informasi terkait tugas dan kegiatan dari BNN Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi akun Instagram @infobnn_prov_jabar menunjukkan bahwa Humas BNN Provinsi Jawa Barat cukup aktif dalam mengelola akun Instagram @infobnn_prov_jabar. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah unggahan perpekan dan jumlah total unggahan akun. Setiap pekan akun @infobnn_prov_jabar mengunggah sekitar 6 sampai 12 konten. Jumlah total unggahan akun @infobnn_prov_jabar pada tanggal 10 oktober 2022 adalah sebanyak 1098 unggahan dengan jumlah *followers* sebanyak 26500 *followers*.

Humas BNN Provinsi Jawa Barat juga memanfaatkan berbagai fitur Instagram yang terdiri dari berbagai bentuk sajian konten. Hal ini dapat dilihat dari jenis konten yang dibuat dan dibagikan oleh Humas BNN Provinsi Jawa Barat. Selain konten dalam bentuk gambar yang dibagikan pada fitur *feed*, akun @infobnn_prov_jabar juga banyak membagikan informasi yang dikemas dalam bentuk video menarik melalui fitur *reels*. Konten yang disajikan oleh Humas BNN Provinsi Jawa Barat terlihat menyesuaikan dengan tren yang berkembang di media sosial untuk menarik perhatian publik

Kegiatan *digital public relations* yang dilakukan oleh Humas BNN Provinsi Jawa Barat merupakan upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi internet. Perkembangan teknologi internet telah melahirkan media sosial sebagai salah satu media untuk berkomunikasi, bersosialisasi dan bertukar informasi. Media sosial menjadi salah satu saluran informasi bagi masyarakat. Perkembangan teknologi dan media sosial ini telah melahirkan budaya baru dalam kegiatan sosial masyarakat.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan praktisi *public relations* sebagai media komunikasi secara luas kepada audiensnya. Instagram menawarkan berbagai layanan untuk mempublikasikan dan menyebarkan informasi. Instagram memungkinkan praktisi *public relations* untuk berbagi informasi berupa gambar dan video melalui fitur-fitur Instagram seperti fitur *Feeds*, *Stories*, *Highlights*, dan *Reels*. Instagram juga memungkinkan interaksi dua arah dengan komentar dan pesan langsung.

Berbagai keunggulan yang ditawarkan Instagram telah banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan diberbagai instansi. Baik perusahaan swasta maupun

instansi pemerintah telah banyak membuat akun resmi di Instagram sebagai media komunikasi. Kehadiran akun resmi lembaga di Instagram memungkinkan pengguna Instagram untuk berinteraksi dan menerima informasi yang valid dari lembaga tersebut. Fenomena tersebut mendorong para praktisi *public relations* untuk beradaptasi dan memanfaatkan Instagram dalam menjalankan perannya

Hadirnya media sosial membuat masyarakat memiliki cara baru dalam mencari media informasi dan sosialisasi. Perkembangan ini juga yang mendorong lahirnya *Digital public relations* sebagai era baru bagi praktisi *public relations* dalam menjalankan perannya. Era sebelum adanya teknologi internet dan media sosial praktisi *public relations* hanya dapat menggunakan media konvensional untuk berinteraksi dengan publiknya. Hal ini berbeda dengan era setelah hadirnya internet dan media sosial yang menuntut praktisi *public relations* agar beradaptasi dengan memanfaatkan media digital.

Digital public relations merupakan kegiatan yang dilakukan oleh para praktisi *public relations* dengan menggunakan media digital. Kegiatan yang dilakukan oleh praktisi *public relations* melalui media digital ini bertujuan untuk menjalin komunikasi dan sebagai media penyebaran informasi kepada publik. *Digital public relations* merupakan konsep baru bagi para praktisi kehumasan dalam mengelola komunikasi antara institusi dengan publiknya di tengah evolusi teknologi digital. Penggunaan media sosial diharapkan dapat memudahkan terjalinnya *mutual understanding*. Hal ini karena media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara lembaga yang diwakili oleh praktisi *public relations* dengan publiknya secara langsung.

Peneliti tertarik untuk meneliti kegiatan Humas BNN Provinsi Jawa Barat sebagai objek penelitian karena Humas dari lembaga pemerintahan seperti BNNP dituntut dapat mengikuti dan memanfaatkan fenomena perkembangan *digital public relations*. Peneliti menilai bahwa Humas BNN Provinsi Jawa Barat cukup memperhatikan perkembangan fenomena *digital public relations* melalui aktivitas kehumasan pada akun Instagram @infobnn_prov_jabar yang aktif dan membagikan berbagai informasi melalui sajian konten yang informatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan akun Instagram yang dilakukan oleh Humas BNN Provinsi Jawa Barat sebagai praktik dari konsep *digital public relations*.

Peneliti menilai bahwa perkembangan teknologi yang terjadi telah mendorong pergeseran fungsi media sosial menjadi salah satu sumber informasi publik selain media massa. Menanggapi fenomena itu, maka praktisi *public relations* dituntut adaptif dan responsif dalam menyediakan bentuk kegiatan *digital public relations*. Kegiatan *digital public relations* yang memanfaatkan media sosial diharapkan dapat membangun hubungan yang lebih dekat antara praktisi Humas dan publiknya, sehingga komunikasi yang terjalin menjadi lebih efektif.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka, penelitian ini berfokus pada bagaimana Humas BNN Provinsi Jawa Barat mengelola akun Instagram sebagai media sosialisasi dalam upaya pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan Narkoba. Dari fokus penelitian tersebut maka disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Humas BNN Provinsi Jawa Barat dalam memberikan informasi (*share*) kepada publik melalui Instagram @infobnn_prov_jabar?
2. Bagaimana Humas BNN Provinsi Jawa Barat mengoptimalkan informasi (*optimize*) yang ditargetkan kepada publik melalui Instagram @infobnn_prov_jabar?
3. Bagaimana Humas BNN Provinsi Jawa Barat mengelola Instagram (*manage*) dengan cara melakukan media *monitoring* pada akun Instagram @infobnn_prov_jabar dalam memberikan informasi kepada publik?
4. Bagaimana Humas BNN Provinsi Jawa Barat meraih target audiens (*engage*) yang berada di Instagram @infobnn_prov_jabar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tahapan *share* (membagikan) konten melalui Instagram yang dilakukan oleh BNN Provinsi Jawa Barat dalam menyebarkan informasi melalui Instagram @infobnn_prov_jabar
2. Untuk mengetahui tahapan proses *optimize* (mengoptimalkan) pengelolaan pesan melalui Instagram yang dilakukan oleh BNN Provinsi Jawa Barat dalam menyebarkan informasi melalui Instagram @infobnn_prov_jabar
3. Untuk mengetahui tahapan *manage* (mengelola) informasi yang dilakukan oleh humas BNN Provinsi Jawa Barat dengan cara melakukan media *monitoring* pada Instagram @infobnn_prov_jabar

4. Untuk mengetahui tahapan *engage* (melibatkan) publik melalui Instagram yang dilakukan oleh BNN Provinsi Jawa Barat dalam menyebarkan informasi melalui Instagram @infobnn_prov_jabar

D. Manfaat Penelitian

D.1 Kegunaan Akademis

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kajian ilmu kehumasan khususnya dalam bidang *digital public relations* dalam pengelolaan media sosial melalui tahapan *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (melibatkan) melalui Instagram sesuai dengan apa yang dilakukan oleh Humas BNN Provinsi Jawa Barat.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian dalam bidang yang sama dikemudian hari.

D.2 Kegunaan Praktis

- 1) Membantu menjadi bahan masukan dan pertimbangan serta evaluasi untuk Humas BNN Provinsi Jawa Barat dalam melakukan serta mengelola akun Instagram dalam memberikan informasi ke publik.
- 2) Penelitian ini berfungsi untuk memberikan kritik, saran serta dapat menjadi sumber referensi pengetahuan bagi setiap praktisi *public relations* yang berkaitan dengan *digital public relations* suatu lembaga pemerintahan.
- 3) Membantu memberikan referensi serta bahan masukan bagi mata kuliah Humas *Online* pada jurusan Hubungan Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dinilai relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian pertama yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Risma Krisdianti. Peneliti tersebut berjudul *Strategi Digital public relations* Diskominfo Kota Sukabumi dalam Mewadahi Aspirasi Masyarakat pada Aplikasi E-LAPOR. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Diskominfo Kota Sukabumi melakukan pengelolaan digital *PR* melalui tahapan yang sesuai dengan konsep manajemen POAC.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Revina Damayanti, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini berjudul “Aktivitas *Digital public relations* Melalui Website Pramuka.Id”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Aktivitas Digital *PR* yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional melalui laman website terlebih dahulu melalui proses tiga tahap pada konsep 3C (*Content, Computing, dan Communication*).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Auliya Nurul Hanifa, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini membahas mengenai pengelolaan digital *PR* melalui Instagram dengan judul “Pengelolaan *Digital public relations* Dispora Kota Bandung dalam Menyampaikan Informasi melalui Instagram @dispora_bdg”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dispora Kota Bandung melaksanakan pengelolaan digital *PR* dalam melalui 4 tahapan yang sesuai dengan konsep *four step PR* yaitu *Fact Finding* (Pencarian Fakta), *Planning* (Perencanaan), *Implementation/Communicating* (Penerapan) dan *Evaluation* (Penilaian).

Keempat, penelitian yang dilakukan Wulan Mulya Asih, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini berjudul Pengelolaan Digital PR dalam Mengemas Konten Dakwah di Instagram @masjidtrans. Deskriptif Kualitatif. Hasil dari Penelitian ini adalah pengelolaan *digital public relations* pada Masjid Trans Studio Bandung dilakukan dalam konsep four step PR. (1) *Fact Finding* dilakukan dengan mencari fakta-fakta yang ada lalu dianalisis dengan situasi dan target sasaran melalui media, (2) *Planning* atau melakukan perencanaan sebelum mengeksekusi dengan menentukan tujuan yang akan dicapai, (3) *Taking and Communication* melakukan semua kegiatan yang sudah dirancang dalam pengelolaan digital PR, (4) *Evaluating* adalah tahapan terakhir dalam melihat hasil akhir bagaimana pembuatan konten yang sudah dicapai dan dibuatkan laporan penilaian sebulan sekali untuk melihat perkembangannya setiap bulan

Kelima, penelitian yang dilakukan Risky Nurul Shafa, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (Skripsi,2019). Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga. Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana mengelola media sosial dengan membuat konten kreatif guna untuk menarik perhatian dari publiknya serta menjaga citra lembaga yang positif melalui media sosial Instagram yang ditinjau menggunakan konsep 4 step PR sebagai pondasi awal dalam membuktikan penelitian yang dilakukan.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan

<p>Risma Krisdianti, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2022).</p>	<p>Strategi <i>Digital public relations</i> Diskominfo Kota Sukabumi dalam Mewadahi Aspirasi Masyarakat pada Aplikasi E-LAPOR.</p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan indikator dalam pengelolaan digital <i>PR</i> sebagai berikut:</p> <p>pertama tahap <i>planning</i>: Diskominfo Kota Sukabumi merumuskan masalah sebelum lalu menetapkan tujuan yang akan dilaksanakan.</p> <p>Kedua tahap <i>organizing</i>, Diskominfo Kota Sukabumi memilih sumber daya manusia yang kredibel sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan.</p> <p>Ketiga, tahap <i>actuating</i> : Diskominfo Kota Sukabumi melakukan pelaksanaan strategi <i>digital public relations</i> dengan menggunakan pengaduan langsung melalui aplikasi E-LAPOR dan pengaduan</p>	<p>Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama membahas tentang bagaimana mengelola digital PR.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian terdapat pada teori yang digunakan yaitu konsep manajemen POAC dan media yang digunakan yaitu aplikasi.</p>
---	--	------------------------------	---	---	--

			<p>melalui SMS LAPOR.</p> <p>Keempat tahap controlling:</p> <p>Diskominfo Kota Sukabumi mengamati aplikasi E-LAPOR dengan melakukan pengawasan harian, bulanan, triwulan dan tahunan.</p>		
<p>Revina Damayanti, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2022).</p>	<p>Aktivitas <i>Digital public relations</i> Melalui Website Pramuka.Id.</p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aktivitas Digital PR yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kwartir Nasional melalui proses tiga tahap pada konsep 3C yaitu: pertama, Pembuatan Konten (Content) melalui proses seperti pembuatan tabel konten, menyeleksi informasi yang masuk, dan menyunting naskah.</p> <p>Kedua, Sistem Komputasi (Computing) dalam pengelolaan,</p>	<p>Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama membahas tentang bagaimana mengelola digital PR.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian terdapat pada teori yang digunakan yaitu konsep 3C (Content, Computing, dan Communication). dan media yang digunakan yaitu laman <i>website</i>.</p>

			<p>manajemen konten dan pencarian mesin telusur menggunakan CMS dan SEO.</p> <p>Ketiga, Komunikasi (Communication) dilakukan oleh tim kepada khalayak melalui email, whatsapp, dan kolom komentar.</p>		
<p>Auliya Nurul Hanifa, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2021)</p>	<p>Pengelolaan <i>Digital public relations</i> Dispora Kota Bandung dalam Menyampaikan Informasi melalui Instagram @dispورا_bdg</p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Dispora Kota Bandung melaksanakan pengelolaan digital PR dalam melalui Instagram telah melalui empat tahapan pengelolaan komunikasi terdiri dari, 1) Proses pengumpulan data untuk mengumpulkan data melalui laporan lapangan dan laporan media online, 2) Proses perencanaan untuk menetapkan tujuan dan membuat perencanaan</p>	<p>Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama membahas tentang penggunaan Instagram sebagai media kegiatan digital PR</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian terdapat pada teori yang digunakan yaitu <i>four step Public Relation</i></p>

			<p>strategis dan taktis, 3) Proses aksi dan komunikasi untuk mempublikasikan konten/posting, monitoring media, quick respond dan real time interactions, 4) Proses evaluasi meliputi rapat internal dan saran.</p>		
<p>Wulan Mulya Asih, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2019).</p>	<p>Pengelolaan Digital PR dalam Mengemas Konten Dakwah di Instagram @masjidtrans</p>	<p>Deskriptif kualitatif</p>	<p>Hasil dari Penelitian ini adalah pengelolaan digital PR pada Masjid Trans Studio Bandung dilakukan dalam konsep four step PR yaitu <i>Fact Finding</i> (Pencarian Fakta), <i>Planning</i> (Perencanaan), <i>Communicating</i> (Penerapan) dan <i>Evaluation</i> (Penilaian).</p>	<p>Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama membahas tentang penggunaan Instagram sebagai media kegiatan digital PR</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian terdapat pada teori yang digunakan yaitu <i>four step Public Relations</i>.</p>

Risky Nurul Shafa, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2019).	Pengelolaan Konten Instagram dalam Menjaga Citra Lembaga.	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana mengelola media sosial dengan membuat konten kreatif guna untuk menarik perhatian dari publiknya serta menjaga citra lembaga yang positif melalui media sosial Instagram yang ditinjau menggunakan konsep 4 step PR sebagai pondasi awal dalam membuktikan penelitian yang dilakukan.	Penelitian ini cukup relevan dikarenakan sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta sama-sama membahas tentang penggunaan Instagram sebagai media kegiatan digital PR	Perbedaan dengan penelitian terdapat pada teori yang digunakan yaitu <i>four step Public Relations</i> .
--	---	-----------------------	--	---	--

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

F. Landasan Pemikiran

F.1 Landasan Teoritis

The Circular Model of Some merupakan sebuah model yang dikemukakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan para praktisi dalam melakukan perencanaan komunikasi di sosial media. Luttrell (2019: 94) mengemukakan empat aspek dalam sosial media, seperti *share* (bagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (terlibat). Masing-masing dari keempat aspek tersebut akan membantu praktisi *public relations* dalam merencanakan ataupun

mengembangkan pengelolaan akun sosial media sebagai alat komunikasi dengan publik.

1) *Share*

Setiap lembaga akan berusaha menentukan bagaimana cara berkomunikasi yang sesuai dengan karakteristik lembaga dan publiknya. Tahapan *share* adalah langkah awal yang dimulai dengan membagikan informasi untuk menjangkau publik. Luttrell (2019: 99) menjelaskan bahwa ada tiga hal yang harus diperhatikan pada tahap *share* agar praktisi *public relations* bisa memahami bagaimana publiknya berinteraksi yaitu *connect*, *build trust* dan *identify channels*. Tahap ini menekankan bagaimana proses mengidentifikasi media yang digunakan, bagaimana agar terhubung dengan publik dan bagaimana membangun kepercayaan. Melalui tiga hal tersebut maka seorang praktisi *public relations* akan lebih mudah menjangkau publiknya

2) *Optimize*

Tahapan ini berfokus pada bagaimana praktisi *public relations* mengoptimalkan penyebaran pesan di media sosial. Praktisi *public relations* harus memahami jenis konten seperti apa yang harus dibagikan dengan mempertimbangkan minat publik dan media yang digunakan. Pada bagian *optimize* perlu disusun sebuah strategi dalam membagikan konten agar komunikasi yang dijalin bisa optimal dengan memaksimalkan fitur media dan isi konten. Menurut Luttrell (2019: 97) pengembangan strategi konten

yang baik dapat membantu dalam memprioritaskan proyek, identifikasi kebutuhan, dan alokasi sumber daya secara maksimal dan efisien.

3) *Manage*

Pada tahap ini dijelaskan pentingnya mengelola interaksi melalui proses *monitoring*. Humas membutuhkan kegiatan *monitoring* untuk melihat lebih dalam terkait keaktifan para pengikutnya di sosial media (media *monitoring*), memahami dan berusaha untuk mendekati diri dengan pengikutnya di sosial media. Hal ini dilakukan sehingga Humas tetap mampu mempertahankan kepercayaannya publiknya melalui media sosial.

4) *Engage*

Tahap ini menjelaskan bagaimana praktisi *public relations* dituntut untuk mampu menanggapi keterlibatan publik dalam proses komunikasi yang sedang dibangun. Media sosial menjadi media komunikasi yang sangat mudah diakses oleh siapa saja dan kapan saja. Hal ini menjadi tantangan bagi praktisi *public relations* untuk hadir dan memberikan respon bagi publik. Pada tahap ini praktisi *public relations* dituntut mengelola interaksi dengan publik secara cepat dan tepat sasaran.

F.2 Kerangka Konseptual

A.6.2.1 Digital public relations

Digital public relations merupakan aktivitas yang dijalankan oleh Humas dengan memanfaatkan fasilitas internet sebagai media komunikasi dalam menyebarkan publikasi dengan cepat dan merata ke seluruh lapisan masyarakat. Melalui internet maka praktisi *public relations* dapat dengan langsung menjawab keluhan publik terkait dengan isu tertentu sehingga Humas dapat menjawab dan

memberikan tanggapan dengan sesegera mungkin. Kehadiran internet membawa peningkatan bagi kualitas kinerja Humas karena mereka dapat secara langsung berinteraksi dengan publik yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan birokrasi publik. Era industri 4.0 membawa dan menuntut setiap instansi pemerintah untuk memanfaatkan internet pada setiap kegiatannya. Internet memudahkan segala aktivitas hanya dalam hitungan menit. *Digital public relations* merupakan sebuah bentuk perwujudan dunia maya dalam praktik Humas. Onggo (2004: 156) *digital public relations* merupakan kegiatan para praktisi *public relations* yang dilakukan dalam dunia internet yang berbasis digital. Era digitalisasi membawa dampak yang begitu besar bagi kerja kehumasan, terlihat mereka lebih fleksibel, murah, dan ramah untuk digunakan. Kehadiran internet di tengah-tengah kerja praktisi *public relations* mempermudah

A.6.2.2. Media Sosial

Menurut Ardianto (2012:165) Media sosial merupakan perangkat lunak yang didalamnya terdapat fitur-fitur dan dapat diakses dengan menggunakan jaringan internet untuk memudahkan orang dalam mencari, berbagi, dan membuat informasi melalui konten di media sosial. Media baru termasuk media sosial. Pengguna media sosial dapat dengan cepat mengirimkan, berbagi, dan memperoleh informasi, membuat forum virtual baru. Perkembangan teknologi komunikasi memiliki dampak yang sangat besar terhadap bagaimana manusia berperilaku. Semua lapisan masyarakat saat ini harus mampu mengikuti perubahan, termasuk menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi antara organisasi dan publik.

A.6.2.3 Instagram

Instagram merupakan jenis media sosial yang dapat diakses dengan mudah oleh siapapun. Fitur yang disediakan dalam Instagram dapat memudahkan masyarakat awam untuk memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasinya. Atmoko (2012: 28) Menjelaskan terdapat beberapa fitur yang dapat membantu penggunanya dalam mencari dan memberikan informasi diantaranya melalui fitur *homepage* (beranda), *comment* (komentar), *explore* (Jelajah), Profil, *news feed* (Postingan). Instagram juga dapat diakses melalui berbagai gadget selain smartphone seperti komputer, laptop dan tablet. Berkembangnya fitur Instagram menjadi lebih ramah dan peka terhadap konten-konten negatif sehingga penggunanya dapat memilih maupun membatasi informasi yang ingin diterima. Instagram sudah aktif kurang lebih 12 tahun hingga saat ini dan penggunanya banyak dari kalangan anak-anak hingga orang tua.

G. Langkah langkah Penelitian

G.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kantor BNN Provinsi Jawa Barat di Jl. H. Hasan No.01 Soekarno Hatta, kota Bandung, Jawa Barat. lokasi tersebut dipilih karena memiliki sumber data yang dibutuhkan

G.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini akan dilakukan menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa suatu realita sosial bersifat holistik/utuh, kompleks, dinamis dan penuh makna (Sugiyono 2020:8). Paradigma konstruktivisme memandang realita sosial sebagai hasil dari konstruksi yang dilakukan subjek sosial. paradigma konstruktivistik adalah sebuah upaya yang

dilakukan untuk memahami dan menjelaskan tindakan sosial yang bermakna. Peneliti memilih untuk menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti menilai bahwa paradigma ini mampu menjadi cara pandang yang membantu memahami makna didalam proses pengelolaan *digital public relations* Humas BNN Provinsi Jawa Barat melalui Instagram.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Satori & Komariah (2017: 22) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang dilakukan dengan cara mendeksripsikan data melalui pengumpulan data yang diambil dari cara melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipatif pasif. penggunaan pendekatan ini diharapkan mampu mempermudah peneliti untuk memperoleh pemahaman secara induktif

G.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan menggambarkan secara mendalam mengenai suatu fenomena atau gejala sosial. Menurut Samsu (2017:65) penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi atau mengklarifikasi suatu fenomena sosial tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel yang ada, karena penelitian deskriptif tidak maksudkan untuk menarik simpulan yang menyebabkan suatu gejala, fenomena atau kenyataan sosial terjadi. Penelitian deskriptif menghasilkan informasi mengenai pemahaman atas terjadinya suatu gejala atau fenomena sosial dalam bentuk deskripsi

Penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini sesuai dengan karakteristik dari pendekatan penelitian kualitatif. Nugrahani (2014:96) menjelaskan bahwa secara umum penelitian kualitatif disebut sebagai kualitatif deskriptif, karena pada prosesnya peneliti menekankan catatan dengan deskripsi

kalimat yang rinci, lengkap, mendalam untuk menggambarkan situasi yang sebenarnya. Melalui penelitian deskriptif ini peneliti berupaya mendapatkan pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial dan dapat menyajikannya dalam bentuk data deskriptif secara jelas dan menyeluruh.

H. Jenis Data dan Sumber data

H.1 Jenis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti. Kemudian data tersebut dijelaskan secara deskriptif.

H.2 Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data utama yang berhubungan langsung dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Menurut Suwarno (2006:209) data primer merupakan teks atau rekaman hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan. Penelitian ini memilih sumber data primer diantaranya adalah para Staff Humas BNN Provinsi Jawa Barat.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data kedua yang sudah ada (tersedia) dan kemudian dikumpulkan oleh perusahaan, lembaga atau organisasi sebelumnya. Maksudnya, data yang datang dari tangan kedua dan tidak seasli data primer meskipun data yang dikumpulkan merupakan data asli. Proses pengumpulan data tersebut tidak dilakukan secara langsung, namun bisa lebih mudah didapatkan. Sugiono (2016:137) memaparkan bahwa sumber data sekunder merupakan sumber

yang berasal tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, namun melalui orang lain atau melalui media lain seperti dokumen, artikel, buku, jurnal serta website. Maka data sekunder penelitian ini bersumber dari media dan dokumen informasi resmi BNN Provinsi Jawa Barat.

I. Penentuan Informan

Informan merupakan subjek yang berperan sebagai sumber informasi. Penentuan informan dilakukan untuk menentukan kriteria dalam pemilihan informan. Teknik penentuan informan pada penelitian ini dilakukan secara *purposive*. Menurut Raco (2010:115) teknik penentuan informan secara *purposive* yaitu menentukan informan sesuai dengan tujuan penelitian dan tidak menekankan pada jumlah atau keterwakilan, tetapi lebih kepada kualitas informasi, kredibilitas dan kekayaan informasi yang dimiliki oleh informan. Berdasarkan teknik penentuan informan secara *purposive*, maka peneliti menentukan kriteria informan yang terdiri dari informan yang memahami situasi sosial dan terlibat dalam aktivitas yang diteliti oleh peneliti.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berangkat dari kasus tertentu yang terjadi dalam suatu situasi sosial. Menurut Spadley (dalam Sugiono, 2020:215) *social situation* dalam penelitian kualitatif terdiri dari tiga elemen yaitu: aktivitas (*activity*), pelaku (*actors*) dan tempat (*place*). Mengacu pada aspek *social situation* tersebut, maka pelaku dalam penelitian yang dilakukan peneliti adalah pegawai Humas BNN Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan penentuan informan secara *purposive* yang mempertimbangkan aspek pelaku (*actors*) dalam *social situation*, maka peneliti memilih pegawai Humas BNN Provinsi Jawa Barat sebagai informan dalam penelitian yang dilakukan peneliti.

J. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bentuk dan metode yang menjelaskan bagaimana cara peneliti mendapat data penelitian. Menurut Sidiq dan Choiri (2019: 58) Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara untuk mendapatkan data-data di lapangan agar hasil penelitian dapat bermanfaat dan menjadi penemuan baru. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh Peneliti dalam melakukan penelitian kualitatif ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi Partisipasi Pasif

Observasi merupakan pengamatan terhadap fenomena-fenomena atau unsur-unsur yang terlihat pada suatu gejala yang ada di dalam objek penelitian. Sugiyono (2020:227) menjelaskan bahwa didalam proses observasi partisipasi pasif peneliti datang ke tempat pengamatan tanpa ada keterlibatan dalam proses yang berlangsung. Peneliti menggunakan observasi partisipan pasif dalam penelitian ini sesuai dengan keterlibatan peneliti yang tidak berperan dalam proses kegiatan yang akan diteliti. Observasi yang dilakukan peneliti hanya melalui pengamatan serta analisis terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan sebuah percakapan yang dilakukan antara dua orang dengan tujuan untuk menggali informasi dari responden. Menurut Hadi, Asrori dan rusman (2021: 61) *Interview* atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden. Wawancara menjadi salah satu metode yang digunakan untuk melakukan pengambilan data melalui tanya jawab kepada

seseorang yang menjadi informan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pedoman wawancara digunakan agar peneliti mengetahui batasan mengenai pertanyaan-pertanyaan yang akan dilakukan dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara secara mendalam untuk menggali informasi dari informan. Informan dalam penelitian ini adalah Staff sub bidang Humas BNN Provinsi Jawa Barat

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pencatatan peristiwa terkait dengan fenomena yang diteliti dan bersumber dari media atau data resmi milik lembaga. Menurut Muri Yusuf (2014:391) Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian dan dapat dimanfaatkan sebagai sumber penelitian kualitatif. Bentuk catatan dalam dokumentasi berbentuk tulisan maupun gambar yang menjadi sumber informasi tambahan yang dibutuhkan.

K. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data merupakan prosedur untuk menentukan kebenaran dan keabsahan data. Menurut Sugiyono (2020: 273) pengujian keabsahan data termasuk uji kredibilitas merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Melalui teknik penentuan keabsahan data maka diharapkan dapat mencegah terjadinya kesalahan pada data yang telah dikumpulkan. Pada proses penentuan keabsahan data ini peneliti memilih untuk menggunakan metode triangulasi data.

Triangulasi data merupakan teknik menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Menurut Kusumastutu & Khoiron (2019: 76) triangulasi data merupakan proses dimana peneliti menguji temuannya dengan cara membandingkan dengan berbagai sumber, metode, atau teori yang lain. Pada proses triangulasi data ini Peneliti membandingkan suatu informasi dengan informasi lain yang bersumber dari sumber data yang berbeda. Sumber data yang digunakan untuk menentukan keabsahan data berupa hasil observasi, hasil wawancara dan dokumentasi dari media dan data resmi BNN Provinsi Jawa Barat.

L. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data model miles dan Huberman. Abdussamad (2021:160) menjelaskan bahwa teknik analisis data ini dilakukan secara interaktif melalui tahap reduksi data, penyajian data serta penyimpulan/*verification*. Reduksi data adalah proses analisis data dengan cara memilih informasi yang didapat untuk dijadikan bagian dari data yang penting bagi peneliti. Penyajian data adalah tahap menguraikan data yang telah direduksi dalam bentuk deskripsi dan bagan jika diperlukan.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Data yang sudah dijelaskan dalam deskripsi dianalisa untuk kemudian diambil kesimpulannya. Sugioyono (2020:252) menjelaskan bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah atau mungkin juga tidak sesuai dengan kondisi yang terjadi. Hal ini dikarenakan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan bisa berubah selama penelitian berlangsung.

Rencana Jadwal Penelitian

Kegiatan	Juli 2022	September 2022	November 2022	Maret 2023	April 2023	Mei 2023	Agustus 2023
Tahap Pertama : Observasi dan Pengumpulan Data							
Pengumpulan data proposal penelitian							
Penyusunan proposal penelitian							
Bimbingan proposal penelitian							
Revisi proposal penelitian							
Tahap Kedua : Usulan Penelitian							
Sidang usulan							
Penelitian							
Revisi penelitian usulan							
Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi							
Pelaksanaan penelitian							

Analisis & pengolahan data							
Penulisan laporan							
Bimbingan skripsi							
Tahap Keempat : Sidang skripsi							
Bimbingan akhir skripsi							
Sidang skripsi							
Revisi akhir							