

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia telah beralih dari era industrialisasi ke era informasi yang kemudian melahirkan masyarakat informasi (*information society*). Garis besar mengenai *information society* adalah sebuah masyarakat yang sebahagian besar angkatan kerjanya adalah pekerja di bidang informasi, dan informasi telah menjadi elemen yang dianggap paling penting dalam kehidupan. Dewasa ini, dimana zaman berada dalam sebuah era yang erat dengan teknologi komunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi telah memberikan sumber (*resources*) informasi dan komunikasi yang amat luas dari apa yang telah dimiliki manusia. Meskipun peranan informasi dalam beberapa dekade kurang mendapat perhatian, namun sesungguhnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi itu merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dari kebutuhan sandang dan pangan manusia.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, *wiki*, *forum* dan dunia *virtual*. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik,

masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat.

Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok – kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma – norma yang ada.

YouTube merupakan salah satu media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video clip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna *youtube* itu sendiri. Kemudahan menikmati media sosial ini dengan cara melihat video atau gambar yang bergerak. Kemudian *YouTube* ini sangat mudah untuk di gunakan dan kini hadir di aplikasi ponsel seluler. *YouTube* merupakan salah satu media sosial yang sangat populer sekarang. Hampir seluruh pengguna *smartphone* menggunakan *youtube* sebagai tempat untuk berkarya terutama untuk anak muda. Rata-rata anak muda yang menggunakan *youtube* sebagai tempat berkarya adalah dengan membuat video-video dengan berbagai macam tema dan karakteristik tersendiri.

Badan Pendapatan Jawa Barat (BAPENDA JABAR) merupakan instansi pemerintahan yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah. Bapenda Jabar mempunyai tugas pokok melaksanakan fungsi penunjang urusan Pemerintahan Bidang Keuangan aspek Pendapatan Daerah, meliputi Perencanaan dan Pengembangan, Pendapatan I, Pendapatan II serta Pembinaan dan Pengendalian, yang menjadi kewenangan Daerah Provinsi, melaksanakan tugas dekonsentrasi dan melaksanakan tugas pembantuan sesuai bidang tugasnya berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. (Bapenda Jabar, 2023)

Penggunaan media sosial dalam lembaga pemerintahan juga merupakan sebuah amanat dari Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 Pasal 7 yang mewajibkan setiap badan publik untuk membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik secara baik dan efisien sehingga layanan informasi dapat memberikan akses dengan mudah. (Bapenda Jabar, 2023)

Instansi pemerintahan dalam menjalankan tugas fungsi pokok pemerintahan tentunya memerlukan media yang dapat menyebarkan agar informasi dan publikasi sampai kepada masyarakat dengan baik. Bapenda Jabar dalam hal penyebarluasan publikasi dan informasi menempuh beberapa aspek agar informasi diterima baik oleh masyarakat. Berdasarkan data pra-peneitian yang dilakukan oleh penulis melalui media sosial *youtube* @BapendaJabar. Bapenda Jabar melakukan kegiatan pengelolaan media sosial *youtube* sebagai media informasi dan publikasi

guna mempromosikan terkait informasi, kebijakan, edukasi dan konten pesan mengenai Bapenda Jabar.

Salah satu media sosial yang lazim dimanfaatkan masyarakat diantaranya adalah *youtube*. Dikutip dalam CNN Indonesia (2022) yang memuat artikel mengenai hasil survei yang dilakukan Populix dengan studi yang bertajuk *Social Media Habit and Internet Safety* yang dilakukan untuk melihat kebiasaan masyarakat Indonesia dalam media sosial dengan menjelaskan bahwa *Youtube* sebesar 94% menempati posisi sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. *Youtube* merupakan situs menyimpan dan berbagi video, terutama video dengan durasi yang panjang bahkan hingga lebih dari dua jam. *Youtube* bahkan menjadi saingan dan digadang-gadang akan menggeser popularitas televisi pengunjung *Youtube* setiap bulan mencapai miliaran pengguna.

Melalui media sosial *youtube*, bagian Humas Bapenda Jabar aktif mengunggah informasi mengenai program, kegiatan dan kebijakannya, seperti kegiatan Kepala Bapenda Jabar, informasi mengenai bayar pajak kendaraan bermotor, dan juga informasi mengenai pelayanan atau program lainnya yang menyangkut Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat. Berdasarkan hasil analisis media sosial *youtube* @Bapenda_jabar melalui halaman *socialblade.com*, akun tersebut memiliki 5.090 ribu *subscribers* dan postingan video yang diupload mencapai 1.098 ribu unggahan, kemudian total *views* yang dilihat publik mencapai 509.659 ribu *views*. Melalui data tersebut dapat dilihat bahwa akun tersebut dalam hal konsistensi dalam menyebarluaskan konten informasi dan publikasi cukup *intens* dan mampu membuat *insight* baik terhadap masyarakat.

Hastrida (2021:159) menjelaskan bahwa esensi dari pengelolaan media sosial pemerintah adalah hubungan yang bersifat interaktif antara pemerintah (penyelenggara otoritas negara) dengan masyarakat melalui media sosial. Ukuran keberhasilan media sosial dalam hal ini adalah adanya pembagian informasi, kolaborasi massal dan transaksi sosial sebagai yang saling mendukung antara pemerintah dengan konstituennya. Melalui media sosial, masyarakat mendapatkan kesempatan untuk berbicara, mengekspresikan diri dan pikirannya, termasuk juga mengkritik pemerintah secara langsung dan terbuka.

Berdasarkan data pra-penelitian yang dijabarkan pada latar belakang diatas, penulis memiliki ketertarikan untuk meakukan penelitian mengenai bagaimana pengelolaan media sosial *youtube* Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat sebagai media informasi dan publikasi.

1.2 Fokus dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka penelitian ini fokusnya dibatasi oleh peneliti pada “Bagaimana pengelolaan media sosial *youtube* Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat sebagai media informasi dan publikasi”. Untuk pembahasan lebih mendalam mengenai fokus penelitian, maka rumusan pertanyaan penelitiannya yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas membagikan (*share*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat?

2. Bagaimana aktivitas optimalisasi (*optimize*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat?
3. Bagaimana aktivitas pengelolaan (*manage*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat?
4. Bagaimana aktivitas melibatkan (*engage*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami mengenai bagaimana pengelolaan media sosial *youtube* Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat sebagai media informasi dan publikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas membagikan (*share*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas optimalisasi (*optimize*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas pengelolaan (*manage*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.

4. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas melibatkan (*engage*) pada pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan sumber bacaan serta informasi penelitian ilmiah di bidang Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat khususnya dalam pengelolaan media sosial *youtube* yang termasuk dalam konsep *online public relations*. Selain itu juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk menulis penelitian tentang informasi dan publikasi melalui pengelolaan sosial media.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan melalui penelitian dapat memberikan saran dan pendapat yang baik serta bermanfaat bagi masyarakat yang menonton video–video di *channel youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi kepada masyarakat mengenai program dan kegiatan Bapenda Jabar kepada masyarakat Jawa Barat.

1.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu digunakan untuk keperluan referensi dan acuan penulis dalam melakukan penelitian ini, adanya referensi dan acuan membuat penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan serta teori dalam kajian sebelum penelitian berlangsung. Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh

praktisi Humas yang terkait dengan *online/digital public relations* merupakan bahan referensi pada penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Putri Setyawan (2022), Universitas Nasional Jakarta. Penelitian berjudul Pengelolaan *Youtube* sebagai Media Informasi tentang Kegiatan Kepolisian Bogor Kota. Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian bahwa Pengelolaan Media Sosial Youtube oleh Humas Polresta Bogor kota sebagai Media Informasi berita sosialisasi dan keamanan untuk masyarakat khususnya masyarakat kota Bogor. Dengan adanya penyampaian konten-konten edukasi melalui akun Youtube Polresta Bogor kota dikemas melalui film-fim pendek masyarakat lebih tertarik untuk mengambil pesan dari film tersebut. Youtube Polresta dijadikan akun untuk menyampaikan informasi berita sosialisasi dan keamanan agar masyarakat belajar memahami situasi yang ada di sekitar mereka.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Bagas Adiatama (2022), Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini berjudul Pengelolaan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Sebagai Bentuk Kegiatan Online Public Relations: Studi Deskriptif pada Media Sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang. Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian bahwa pengelolaan media sosial dalam penyebaran informasi yang dilakukan humas KPPBC TMP Cikarang sudah sesuai dengan konsep four steps public relations yaitu pertama, tahap defining public relations problems dilakukan melalui analisis situasi, analisis pemilihan media dan analisis target sasaran. Kedua, tahap planning

and programming dilakukan dengan menetapkan tujuan, membuat content plan, memilih konten, dan menetapkan sumber daya. Ketiga, tahap taking action and communicating dilakukan melalui diskusi, penyebaran informasi dan respon cepat. Keempat, tahap evaluating the program meliputi monitoring, melihat respon publik, mendengarkan saran dari atasan dan rapat internal.

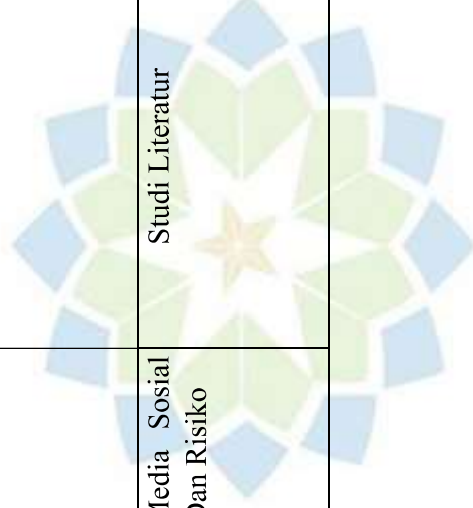
3. Penelitian yang dilakukan oleh Raden Daffa Naridza Robiana (2022), Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini berjudul *Pengelolaan Media Sosial YouTube Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi: Studi Deskriptif Pada Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara*. Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian; (1) Share dengan berpartisipasi menggunakan YouTube, membagikan dan menyampaikan informasi serta membangun kepercayaan publik terhadap pesan. (2) Optimize dengan mendengarkan apa yang dikatakan oleh publik sebagai evaluasi dan mengoptimalkan kebutuhan publik akan informasi mengenai lembaga. (3) Manage dengan melakukan social media monitoring YouTube dan siaran langsung untuk berinteraksi dengan publik namun tidak melakukan pembalasan komentar. (4) Engage dengan membangkitkan ketertarikan publik seraya menggunakan Influencer yang berpengaruh kepada publik yang terdiri atas internal dan eksternal serta menjangkau dan mengenalkan kanal YouTube dengan memberikan tautan dan Teaser.

4. Penelitian yang dilakukan oleh F. Faiqah, Muh. Najdib, Andi S. A. Jurnal Komunikasi KAREBA Vol 5 No. 2 (2016). Penelitian ini berjudul *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. Kualitatif*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan youtube sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram termasuk kategori cukup membantu. Penelitian ini juga menemukan karakteristik youtube berdasarkan pemanfaatan yang dirasakan oleh penggunanya, berdasarkan masing-masing kebutuhan pengguna Respon dari para informan mengenai kelebihan dan kekurangan youtube sebagai sarana komunikasi yang lebih condong pada kelebihannya, membuat youtube ternilai sangat efektif dan efisien sebagai sarana komunikasi bagi komunitas ini.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Andhini Hastrida. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 25 No. 2 (2021). Penelitian ini berjudul *Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. Studi Literatur*. Hasil kajian menjelaskan bahwa keberhasilan penggunaan media sosial ditandai dengan adanya pembagian informasi, kolaborasi massal dan transaksi sosial sebagai hubungan yang saling mendukung antara pemerintah dengan masyarakat. Risiko terkait penggunaan media sosial pemerintah perlu dikelola dengan baik baik dari sisi kebijakan maupun teknologi, dan penerapan budaya *sharing, transparency, openness* dan *collaboration* (STOC) dapat dipertimbangkan untuk merealisasikan manfaat penuh dari pengelolaan media sosial pemerintah.

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nadia Putri Setyawan (Skripsi, 2022). Universitas Nasional Jakarta	Pengelolaan <i>Youtube</i> sebagai Media Informasi tentang Kegiatan Kepolisian Bogor Kota	Kualitatif	Relevansi penelitian ini yakni membahas mengenai media sosial <i>youtube</i> kemudian menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian.
2.	Bagas Adiatama (Skripsi, 2022). Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.	Pengelolaan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Sebagai Bentuk Kegiatan <i>Online Public Relations</i> : Studi Deskriptif pada Media Sosial Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Cikarang	Kualitatif	Relevansi pada penelitian ini yakni membahas mengenai pengelolaan media sosial kemudian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian.
3.	Raden Daffa Naridza Robiana (Skripsi, 2022). Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.	Pengelolaan Media Sosial <i>YouTube</i> Kementerian Sekretariat Negara RI Sebagai Media Informasi dan Publikasi: Studi Deskriptif Pada Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara	Kualitatif	Relevansi pada penelitian ini yakni membahas mengenai media sosial <i>youtube</i> kemudian dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian.

4.	F. Faiqah, Muh. Najdib, Andi S. A. Jurnal Komunikasi KAREBA Vol 5 No. 2 (2016)	<i>Youtube</i> Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram	Kualitatif	Relevansi penelitian ini membahas mengenai media sosial <i>youtube</i> kemudian menggunakan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian.
5.	Andhini Jurnal Komunikasi dan Opini Publik Vol. 25 No. 2 (2021)	Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko	Studi Literatur	Relevansi penelitian ini membahas mengenai pengelolaan media sosial pada pemerintah.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian, kemudian metode penelitiannya.



1.6 Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

The Circular Model of SoMe for Social Communication ini mengatakan kalau ada 4 bagian alat sosial ialah *share*, *optimize*, *manage*, serta *engage*. Masing-masing pandangan mempunyai daya sendiri, tetapi bila digabungkan hendak mempermudah pengarang untuk mengembangkan pada memakai alat sosial.

Ada 4 pandangan pada model ini, keempat pandangan itu Luttrell (2019) mempunyai daya pada bagiannya tiap-tiap, namun bersama-sama pandangan ini membolehkan pegiat untuk meningkatkan strategi yang keras. Model ini terbuat melingkar sebab alat social merupakan obrolan yang lalu bertumbuh, kala suatu industri memberi (*Sharing*) sesuatu mereka pula bisa mengatur (*manage*) ataupun ikut serta (*engage*) serta apalagi memaksimalkan (*optimize*) catatan mereka dengan cara bersamaan.

1. *Share* (Membagikan)

Pada perihal ini komunikator wajib memiliki strategi pada penggunaan fungsi media sosial serta kanal media semacam apa agar mampu meningkatkan komunikasi bisa berfungsi efektif serta berdaya guna. Dicermati kalau, melaksanakan usaha memberikan suatu catatan wajib ikut serta pada sosial ini sendiri. Industri atau lembaga diwajibkan memfungsikan kanal media sosial yang hendak dipakai.

Hanya saja dalam proses pengaplikasiaannya kanal media tidak hanya dilakukan secara liar dan asal, alasannya kanal media itu hendaknya

mempunyai faktor *share* supaya dapat saling mengaitkan massa user di medium . Sebab dengan begitu bila massa mampu melakukan aktivasi-interaktif dengan memberikan *bold* khusus mengenai poin, tidak cuma jaringan jangkauan informasi saja yang menyebar, tetapi pula hendak tersadar keyakinan dalam publik.

Memiliki kembali untuk dapat menguasai karakter tiap media sosial. Alasannya media sosial mempunyai manfaat serta mematok audience khusus pula. Oleh karena kegiatan yang diartikan tidak asal- asalan aktivasi, seluruh tergantung dalam publik mana yang hendak digapai, serta apa yang sesungguhnya dihidangkan misi, dengan begitu kanal media yang difungsikan dengan efektif pula digunakan secara tepat sasaran. Luttrell dalam magnum opusnya memfokuskan pada 3 point khusus mengenai media sosial yang wajib ditinjau sebagai bahan refleksi, ialah *participate*, *connect*, serta *build trust*.

2. *Optimize* (Optimalisasi)

Ialah memaksimalkan catatan yang mau di informasikan melewati media sosial. Perihal ini disebabkan tiap media sosial mempunyai karakter yang berbeda- beda. Dalam rancangan ini Luttrell(2015) pada langkah *optimize* dalam langkah ini kelompok wajib mengenali apa yang lagi dibahas publik terpaut dengan poin yang di publikasikan itu listen & learn, serta take part in authentic communications wajib di cermati pada langkah ini. Setelah itu, kala suatu catatan telah di *share*- oleh poin sehingga pengikut hendak membahas poin baik dengan mengaitkan poin ataupun tidak, aktivitas ini

yang wajib dicermati oleh poin. Sebab poin pula wajib mencermati apa yang lagi dibahas pengikut mengenai mereka.

Salah satu nilai dimana mencermati, mengikuti serta mengamati pembicaraan khalayak suatu poin di media sosial. Salah satu metode melihatnya merupakan melewati mentions. Pada memakai media sosial untuk mengedarkan konten kelompok butuh mempedulikan apa yang di perbincangkan oleh pengikut. Dengan menyimak poin yang lagi dibahas para konsumen media sosial serta turut membuat kenyataan yang cocok, hendak menaikkan ilham serta buah pikiran lebih pada membuat konten yang sesuai disebarkan.

3. *Manage* (Mengatur)

Langkah *Manage* dapat dimaksud ialah gimana komunikator menata media sosial dengan baik. Perihal ini disebabkan kerap kali pembicaraan terjalin di media sosial dengan cara cepat. Kelompok wajib sanggup merespon keadaan yang terjalin di media sosial dengan cepat, sebab publik juga mengharapkan reaksi yang cepat dari kelompok yang berhubungan pada langkah *manage* Luttrell memastikan aktivitas *media monitoring*, *quick response*, serta *real time intercation*.

4. *Engage* (Melibatkan)

Engage pada pengelolaan media sosial, mengaitkan *audiens* serta influencers ialah bagian yang amat berarti pada strategi media sosial. Cocok dengan uraian hal *The Circular Model of Some* bagi Regina Luttrell pada bukunya *Sosial Media; Engage: siapa yang kita libatkan serta gimana?*

Apakah kita mau pelanggan untuk mengutip aksi dalam apa yang sudah kita sebarakan? Bila begitu, apa yang kita mau mereka jalani? Mengatur strategi *engagement* ialah perihal yang susah, namun kala industri mengetahui guna dari keikutsertaan asli ikatan yang pas dapan dibentuk.

2. Landasan Konseptual

1. Pengelolaan

Pengertian pengelolaan sama dengan arti manajemen. Karena antara pengelolaan dan manajemen memiliki tujuan yang sama yaitu tercapainya tujuan organisasi lembaga. Pengelolaan merupakan sebuah bentuk kerjasama dengan orang-orang secara pribadi dan kelompok demi tercapainya tujuan organisasi lembaga. Satu hal yang perlu diingat bahwa pengelolaan berbeda dengan kepemimpinan. Pengelolaan terjadi bila terdapat kerjasama antara orang pribadi maupun kelompok, maka seorang pemimpin bisa mencapai tujuan yang diharapkan tanpa perlu menjadi seorang manajer yang efektif.

Cutlip, Center and Broom dalam Soemirat dan Ardianto (2010:90) menjelaskan bahwa proses *Public Relations* mengacu pada pendekatan manajerial, proses tersebut merupakan sebuah proses yang didalamnya terdapat komunikasi, organisasi, perencanaan, pengendalian, dan juga pengelolaan dimana semua proses untuk mencapai tujuan organisasi harus menerapkan sumber daya yang fleksible dan efektif.

2. Media Sosial

Media sosial mempunyai berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi

sarana untuk penggunaanya dalam menggali berbagai informasi. Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli tersebut. media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu.

Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012: 568)

3. Humas Pemerintahan

Humas dalam lembaga pemerintahan merupakan penghubung penting antara masyarakat dan pemerintah. Seorang humas dalam lembaga pemerintahan harus bisa menguasai keahlian komunikasi yang baik dalam memahami menyeluruh mengenai kultur, kebijakan, praktik dan konstituen lembaga yang berada di bawah ketentuan undang – undang. Kegiatan humas pemerintah melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi untuk menjaga hubungan yang responsif dengan publik atas dasar pemahaman bersama dan komunikasi dua arah yang konstan. Suprawoto (2018: 48) menjelaskan bahwa Hubungan masyarakat di lingkungan pemerintah untuk selanjutnya disebut humas pemerintah adalah lembaga humas atau praktisi humas pemerintah melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif dan efisien untuk

menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi lembaga pemerintah.

4. Media Informasi dan Publikasi

Media informasi dan publikasi merupakan sebuah sarana promosi yang efektif dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat luas, baik dalam bentuk media (visual) maupun bentuk multimedia (audio dan visual). Bagi suatu perusahaan atau lembaga, media publikasi merupakan sarana yang sangat penting untuk memperkenalkan diri mereka. Penggunaan media publikasi dalam kegiatan pemerintahan tidak kalah penting, karena masyarakat membutuhkan sebuah informasi suatu lembaga pemerintahan yang baik untuk mengetahui program, kegiatan, dan layanan pemerintahan.

Menurut Nova (2011:54) kegiatan publikasi yang dilakukan oleh seorang *Public Relations officer*, yaitu :

1. Publisitas adalah penempatan berupa artikel, tulisan, foto, atau tayangan visual yang penuh nilai berita baik karena luar biasa, penting, atau mengandung unsur-unsur emosional, kemanusiaan, dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap suatu.
2. *Event* (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh : kampanye PR, seminar, pameran pertunjukan, dan lain-lain.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di Jalan Soekarno Hatta No.528, Sekejati, Kecamatan Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat, Kode Pos 40286. Objek penelitian kanal youtube resmi milik Bapenda Jabar yakni @BapendaJabar. Lokasi tersebut dipilih karena selaras dengan fokus penelitian pada penelitian ini yakni pengelolaan media sosial *youtube* sebagai media informasi dan publikasi.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan cara seseorang berfikir ketika memandang sesuatu fenomena atau sebuah masalah. Hanafi (2011:24) mengemukakan bahwa paradigma merupakan cara seseorang di dalam melihat sesuatu (*the way of looking the thinks*) fenomena dengan kerangka berpikir yang filosofis. Paradigma ini menjadi dasar pada sebuah pengamatan bagi seseorang mengenai realitas kebenaran yang akan dipecahkan. Paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah paradigma konstruktivisme yang menjelaskan bahwa perilaku masyarakat atau sikap seseorang terbentuk dari pengaruh lingkungan sekitar serta dari tanggapan terhadap diri sendiri. Paradigma ini membantu peneliti untuk memahami pengelolaan media sosial *youtube* @BapendaJabar sebagai media informasi dan publikasi berdasarkan pengalaman dan pemahaman dari Bagian Humas Bapenda Jabar sebagai informan.

Pendekatan kualitatif yaitu dimana peneliti berusaha mencari informasi secara mendalam. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk memahami dan menggali lebih dalam tentang bagaimana peran humas dalam pengelolaan media sosial *youtube* Bapedan Jabar sebagai media informasi dan publikasi. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami objek penelitian yang sifatnya umum tentang realitas sosial yang ada dari perspektif partisipan. Pemahaman yang diperoleh setelah peneliti melakukan penelitian terhadap realitas sosial kemudian ditarik kesimpulan tentang realitas sosial tersebut secara umum. (Ruslan, 2003:213)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif, pada penelitian deskriptif peneliti hanya akan mendeskripsikan fenomena, situasi ataupun peristiwa yang sedang terjadi pada masa sekarang ataupun yang sedang berlangsung tidak bertujuan untuk membentuk sebuah prediksi, menguji hipotesis ataupun mencari dan menjelaskan hubungan.

Metode penelitian studi deskriptif ini relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti karena menurut Kriyantono (2014:25) metode penelitian deskriptif ini ditujukan untuk menghimpun informasi terkini dengan menggambarkan gejala yang terjadi dan juga ditujukan untuk menentukan kegiatan yang dilakukan orang lain dalam menyelesaikan sebuah permasalahan yang serupa dan mempelajari pengalaman mereka untuk menentukan keputusan dan perencanaan untuk masa mendatang.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif. Tujuan dari penelitian ini berlandaskan pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan variabel yang timbul, perbedaan fakta yang ada setara pengaruhnya terhadap suatu kondisi dan sebagainya.

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

a. Sumber Data Primer

Data primer pada penelitian ini dikumpulkan dan diperoleh melalui teknik wawancara dan observasi. Narasumber yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama pada penelitian ini yaitu bagian Humas Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini di peroleh langsung dari Humas Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat berupa tabel atau laporan-laporan lainnya, seperti sejarah singkat lembaga, aktivitas lembaga, struktur organisasi lembaga serta tugas dan fungsi masing-masing bidang kerja. Menurut Arifani (2004:16) Data sekunder adalah data yang dihasilkan dari hasil literatur buku yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti oleh si peneliti, baik dari buku, jurnal, maupun hasil dari penelitian terdahulu. Sumber data

tambahan atau data sekunder tidak bisa diabaikan dalam penelitian kualitatif, karena sumber tersebut memiliki arti penting bagi seseorang peneliti kualitatif terutama yang terkait dengan data-data umum seperti data kependudukan, monografi dan sebagainya.

5. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Syamsuni (2019;172) mengatakan teknik purposive sampling adalah suatu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Purposive sampling merupakan teknik dalam menentukan informan dengan kriteria-kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan dalam penelitian.

Beberapa syarat yang digunakan peneliti dalam menentukan informan, yakni:

1. Kepala Staf dari bagian Humas Bapenda Jabar
2. Staf Humas Bapenda Jabar yang menangani langsung dalam pengelolaan media sosial *youtube*.
3. Pihak terkait yang mempunyai literasi dan wawasan lebih mengenai bidang terkait.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam

Teknik wawancara mendalam dapat dijadikan penegasan mengenai informasi dan juga sumber data penelitian yang sebelumnya sudah diperoleh

di latar belakang penelitian. Sugiyono (2019:304) mengungkapkan teknik wawancara ini berguna apabila peneliti ingin membuat pengkajian pendahuluan dan mendapatkan informasi untuk mengetahui permasalahan atau objek yang akan diteliti. Pada penelitian kualitatif ini peneliti ingin mengetahui permasalahan yang diteliti dari responden maka teknik wawancara yang perlu dilakukan adalah wawancara secara mendalam. Teknik wawancara secara mendalam merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk memperoleh informasi dengan model tatap muka langsung dengan informan atau orang yang akan diwawancarai. Teknik wawancara dapat dilakukan secara integral maupun tidak, bisa dilakukan secara langsung atau hanya melalui telepon.

b. Observasi Partisipatori pasif

Teknik pengumpulan data kualitatif selanjutnya adalah observasi. Teknik pengumpulan data melalui observasi ini dianjurkan karena dapat memperoleh data-data deskriptif. Kegiatan pengamatan yang dilakukan dalam sebuah penelitian agar memperoleh data yang kuat serta akurat dikenal dengan observasi. Data dari observasi berguna untuk menginterpretasikan perilaku atau keadaan yang berkaitan dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan data observasi pada penelitian ini adalah observasi partisipatori pasif karena peneliti hanya mengamati objek atau lokasi penelitian tanpa ikut langsung dalam penyelenggaraan suatu program, dan pada penelitian ini dilakukan pengamatan juga melalui media sosial terkait dengan penelitian.

c. Studi dokumen

Studi dokumen pada dasarnya ialah mekanisme pengumpulan data pada penelitian kualitatif sebagai komplemen dari teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Media seperti buku, majalah dan lain-lain dapat menjadi informasi yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data dengan studi dokumen ini dapat berbentuk dokumen-dokumen berbagai buku atau sumber dokumen lain yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan dari penelitian ini atau berupa foto.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik yang digunakan untuk menentukan keabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi menurut Sugiyono (2018:125) adalah teknik yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan dan sumber data yang tersedia.

Tujuan dari Triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan pada proses penelitian. Nilai dari teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Oleh karena itu, dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh lebih konsisten, tuntas dan pasti.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari berbagai macam pengumpulan untuk

diinformasikan kepada orang lain Metode analisis data merupakan suatu metode pengolahan data yang dapat dijadikan sebagai informasi. Menurut Milles and Huberman, analisis data tertata dalam situs ditegaskan bahwa kolom pada sebuah matriks tata waktu disusun dengan jangka waktu, dalam susunan tahapan, sehingga dapat di lihat kapan gejala tertentu terjadi. Prinsip dasarnya adalah kronologi. Berikut tahapan dalam analisis data tertata:

Pertama, Membangun sajian, pada tahap ini cara yang mudah bergerak maju adalah memecah-mecah inovasi ke dalam komponen-komponen atau aspek-aspek khusus, dengan menggunakan ini sebagai baris matriks. Kolom matriks adalah jangka-jangka waktu, dari penggunaan awal sampai penggunaan nanti. Jika terjadi perubahan dalam komponen selama jangka waktu itu, kita dapat memasukkan deskripsi singkat dari perubahan itu (Miles dan Huberman, 2007: 173-174).

Kedua, Memasukkan data. Pada tahap ini, penganalisis sedang mencari perubahan-perubahan dalam inovasi itu, komponen demi komponen. Perubahan-perubahan itu dapat ditempatkan dalam catatancatatan lapangan wawancara dengan para pengguna inovasi yang sudah terkode, yang ditanyai secara khusus apakah mereka telah membuat suatu yang sudah terkode dalam format buku inovasi. Kelanjutan penyelidikan menurut adanya bagian – bagian yang telah di tambah, di drop, diperbaiki, digabungkan, atau di seleksi untuk digunakan. Dalam beberapa hal dapat mengacu pada bukti-bukti dokumenter (Miles dan Huberman, 2007: 174). Ketiga, Menganalisis data. Pada tahap ini, penganalisis dapat memahami lebih dalam mengenai apa yang

terjadi dengan mengacu kembali pada aspek-aspek lain dari catatan lapangan, khususnya apa lagi yang dikatakan orang mengenai perubahan itu atau alasan-alasannya (Miles dan Huberman, 2007: 177).

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2008: 237) mengemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif harus dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan pada saat pengumpulan data dalam periode tertentu. Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusions*).

1. Pengumpulan Data

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Miles dan Huberman, 2007: 16).

Menurut Mantja (dalam Harsono, 2008: 169), reduksi data berlangsung secara terus menerus sepanjang penelitian belum diakhiri. Produk dari reduksi data adalah berupa ringkasan dari catatan lapangan, baik dari catatan awal, perluasan, maupun penambahan.

3. Penyajian Data

Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan (Miles dan Huberman, 2007: 84). Menurut Sutopo (dalam Harsono, 2008: 169) menyatakan bahwa sajian data berupa narasi kalimat, gambar/skema, jaringan kerja dan tabel sebagai narasinya.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh (Miles dan Huberman, 2007: 18). Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik semenjak peneliti menyusun pencatatan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi (Harsono, 2008: 169).