

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktisi humas menggunakan kemajuan teknologi sebagai alat komunikasi dalam menjalankan kegiatannya secara online. Memanfaatkan internet memiliki keuntungan karena mampu mengidentifikasi masalah dalam komunikasi dan bisa menembus ruang dan waktu. *New Media* ini humas memiliki metode dan strategi baru yaitu dengan menggunakan internet sebagai sarana komunikasi dengan publik. Komunikasi melalui internet dianggap efektif dalam kegiatan humas karena menciptakan hubungan personal dari pada media massa lain yang bersifat langsung. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh lembaga atau organisasi saat ini yaitu media sosial Instagram.

Kemajuan teknologi komunikasi telah memunculkan media atau alat baru bagi *public relations* dalam membangun hubungan baik dengan publiknya. Hal ini kemudian memunculkan istilah baru yaitu *cyber public relations*. Secara definitif, *cyber public relations* yaitu segala bentuk kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media elektronik internet.

Media sosial Instagram sebagai salah satu pilihan media dalam jaringan (daring) publikasi yang sangat digemari oleh lembaga/perusahaan masa kini dalam mempublikasikan identitas atau program yang dikelolanya. Media sosial dapat memberikan efek komunikasi yang dapat memudahkan publik untuk mencari informasi secara online dimanapun dan kapanpun. Bank Sampah Bersinar sebagai salah satu lembaga yang turut menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah

publikasi terkait program-program yang ditekuninya.

Bank Sampah Bersinar merupakan layanan edukasi, inovasi dan jasa pengelolaan sampah berbasis masyarakat. Pencapaian Bank Sampah Bersinar saat ini 11.000 register nasabah, 782 bank sampah unit dengan 1.500 titik edukasi serta 2.134.782,9 kg sampah terkelola. Selain itu, terdapat beberapa prestasi yang pernah didapatkan oleh Bank Sampah Bersinar salah satunya juara 1 BASIC (Bank Sampah Innovation Competition) by PT Astra International Tbk.

Dilihat dari *account* Instagram Bank Sampah Bersinar @banksampahbersinar.id, praktisi humas Bank Sampah Bersinar memanfaatkan media sosial Instagram sebagai upaya membangun citra positif serta menyebarkan informasi atau kegiatan yang dilakukan oleh organisasi sehingga dapat mempermudah publik untuk mencari informasi.

Perkembangan suatu organisasi ataupun lembaga yang baik dimata masyarakat tergantung dari bagaimana proses pengelolaan serta tujuan yang dibangun pada setiap organisasi, karena saat ini organisasi, lembaga ataupun perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan citra positif dimata masyarakat salah satunya melalui media sosial.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari Instagram Bank Sampah Bersinar, pengikut yang dimiliki oleh Bank Sampah Bersinar sekitar 26,2 rb pengikut dengan 523 postingan dan 96 *reels* video. Konten-konten yang diunggah pada Instagram @banksampahbersinar.id berupa kegiatan serta informasi seputar pengelolaan sampah.

Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh praktisi humas Bank Sampah Bersinar memiliki peranan penting serta interaktif guna menjaga dan memantau opini publik terhadap pemberitaan diberbagai media sosial juga membantu mencegah informasi *hoax* yang tersebar di media sosial. Humas dapat memberikan informasi tentang program dan kegiatan organisasi secara cepat dan tepat serta memperoleh masukan dari publik. Keunggulan internet ini sangat bermanfaat serta mempermudah segala aktivitas praktisi humas dalam membangun komunikasi dengan publik.

Penelitian ini didasari oleh penelitian terdahulu mengenai *cyber public relations* oleh Irma Kususma Dewi dan Kiayati Yusriyah dengan judul *cyber public relations* pada PT Aneka Tambang di media sosial dalam menghadapi revolusi industri 4.0. PT Aneka Tambang dalam menghadapi revolusi industri 4.0 memanfaatkan Instagram dengan segmentasi khalayak dewasa muda yang banyak menggunakan aplikasi Instagram sebagai *channel* @official.antam memiliki isi konten berupa informasi mengenai perusahaan baik produk maupun fungsi perusahaan, peringatan hari besar, kegiatan CSR, dan informasi seputar pengetahuan umum.

Selain itu, penelitian ini juga didasari oleh penelitian tentang implementasi digital *public relations* pada konten Instagram oleh Muhammad Syafaat dan Delmia Wahyudin dengan judul Analisis Implementasi Digital *Public Relations* pada Konten Instagram @alamiuniversal. Akun @alamiuniversal telah melakukan implementasi kegiatan Digital *Public Relations* sebagai bentuk mempertahankan reputasi perusahaan. Selama proses implementasi yang sudah dilakukan selama tiga

tahun terakhir, *content creator* pada akun ini mengedepankan nilai transparansi dalam setiap konten yang diposting. Memperkaya informasi konten yang bervariasi seperti memposting foto, video, berita terkini seputar haji dan umroh. Kemudian, didukung dengan meluaskan jangkauan dengan penggunaan tools digital seperti *search engine optimazation* dan Instagram ads. Hal ini dilakukan tidak hanya sekali, tetapi dilakukan secara berkelanjutan.

Penelitian yang relevan selanjutnya yaitu mengenai instagram sebagai layanan informasi publik oleh Nadya Meidiana, dkk. Penelitian ini berjudul Akun Instagram @humaskotabekasi sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. Humas Pemerintah Kota Bekasi menggunakan instagram karena banyaknya masyarakat saat ini memiliki Instagram. Faktor kedua, karena kemudahan dan kecepatan pada aplikasi instagram membantu Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam menyebarkan informasi terkait kepentingan masyarakat kepada masyarakat luas. Faktor ketiga, karena fitur-fitur visual pada instagram. Dalam pengemasan penelitiannya, Humas Pemerintah Kota Bekasi tertolong dengan fitur-fitur visual pada Instagram. Humas Pemerintah Kota Bekasi dapat mengemas tulisannya menjadi kreatif, cantik, rapih, sehingga mampu menarik para pembaca.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Bank Sampah Bersinar sebagai media penyebaran informasi, untuk itu peneliti mengambil judul “Pengelolaan Media Sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai Media Komunikasi dan Informasi (Studi Deskriptif Tentang *Cyber Public Relations* di Bank Sampah Bersinar)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

gambaran tahap kegiatan *cyber public relations* yang dilakukan oleh Bank Sampah Bersinar melalui media sosial Instagram @banksampahbersinar.id. Peneliti mendeskripsikan tahapan pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id mulai dari *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Penelitian ini menggunakan model *The Circular Model of SoMe for Social Communication* oleh Regina Luttrell.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian ini yaitu tentang Pengelolaan Media Sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai Media Komunikasi dan Informasi. Peneliti menggambarkan bagaimana upaya membangun informasi oleh Bank Sampah Bersinar melalui Instagram, dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tahap *share* (membagikan) konten pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id.
2. Bagaimana gambaran tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id.
3. Bagaimana gambaran tahap *manage* (mengelola) informasi pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id.
4. Bagaimana gambaran tahap *engage* (melibatkan) publik pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian sebagaimana telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui tahap *share* (pembagian) konten pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai upaya untuk membangun informasi Bank Sampah Bersinar.
2. Mengetahui tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai upaya untuk membangun informasi Bank Sampah Bersinar.
3. Mengetahui tahap *manage* (mengelola) informasi pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai upaya untuk membangun informasi Bank Sampah Bersinar.
4. Mengetahui tahap *engage* (mengikutsertakan) publik pada pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai upaya untuk membangun informasi Bank Sampah Bersinar.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis. Manfaat akademis adalah manfaat yang dapat digunakan sebagai ilmu untuk pembaca. Sedangkan manfaat praktis yang nantinya dapat digunakan atau dimanfaatkan bagi lembaga tempat penelitian.

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan pada perkembangan ilmu pengetahuan ilmu komunikasi khususnya bidang Hubungan

Masyarakat mengenai *cyber public relations* melalui pengelolaan akun Instagram dengan menggunakan *The Circular Model Of SoMe For Media Social Communication*. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi dan tukar pikiran oleh pihak Bank Sampah Bersinar sehingga nantinya dapat diketahui langkah-langkah apa saja yang dapat digunakan sebagai pengelolaan *cyber public relations* pada akun Instagram @banksampahbersinar.id. Serta diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai pengelolaan sampah yang baik melalui konten pada Instagram Bank Sampah Bersinar.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang dipandang relevan dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka. Tujuan dari penelitian terdahulu adalah agar akar keilmuan yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dapat diteruskan dan juga kemudian menghasilkan temuan yang baru.

Pertama, penelitian ini ditulis oleh M Frialindo Pratama, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau”. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Peneliti memperoleh kesimpulan bahwa Humas Pemprov Riau sebagai lembaga yang mengelola akun sosial media Instagram @Humas_riau dalam penyampaian pesan, Humas Riau menyampaikannya dalam bentuk foto, video, dan infografis, yang disertai dengan keterangan ataupun rilis guna memperjelas maksud dari isi dari video, foto, dan infografis tersebut.

Kedua, penelitian ini ditulis oleh Anisa Putri Pratiwi dan Muhammad Sufyan Abdurrahman Universitas Telkom Bandung (jurnal 2021). Judul penelitian ini yaitu “Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemkot Bandung dalam Masa Pandemi Covid-19”. Penelitian ini membahas tentang penggunaan alur perencanaan, aktivasi dan pengawasan, dan optimaslisasi yang diterapkan oleh Humas Pemkot Bandung dalam pemberitaan yang berkaitan dengan media sosial Instagram.

Ketiga, penelitian ini ditulis oleh Kharisma Riana Putri dan Andre N. Rahmanto Universitas Sebelas Maret Surakarta (jurnal, 2021). Judul penelitian ini yaitu “Straregi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra RSUD Dr. Moewardi”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian

kualitatif serta metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Keempat, penelitian ini dilakukan oleh Chairani Utami Nst, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Penelitian ini berjudul “Implementasi *Cyber Public Relations* dalam Pengelolaan Akun Instagram @infopublik.riau Pemerintah Provinsi Riau”. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mana dalam pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam. Hasil yang didapat pada penelitian ini yaitu Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau sudah mengimplementasikan *cyber public relations* dalam pengelolaan akun Instagram @infopublik.riau, tidak hanya berupa postingan foto saja tapi terdapat video dan igtv untuk membuat konten menarik sehingga publik tertarik untuk melihat informasinya.

Kelima, penelitian ini dilakukan oleh Syarifah Namira Azzahra pada tahun 2022 dari Universitas Islam Riau dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial pada Aktivitas Digital *Public Relations* dalam meningkatkan Citra DPRD Provinsi Riau” dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu media sosial dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi kegiatan DPRD Provinsi Riau yang dikelola oleh Humas DPRD Provinsi Riau dalam 4 jenis media sosial yaitu Web, Instagram, YouTube dan Fanspage.

Tabel 1. 1 Matriks Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
M Friyanto Pratiwi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemrov Riau	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	Peneliti memperoleh kesimpulan bahwa yang dilakukan Humas Pemrov Riau sebagai lembaga yang mengelola akun sosial media Instagram @Humas_riau dalam penyampaian pesan, Humas Riau menyampaikannya dalam bentuk foto, video, dan infografis, yang disertai dengan keterangan ataupun rilis guna memperjelas maksud dari isi dari video, foto, dan infografis tersebut.	Penelitian pada media sosial yang sama yaitu Instagram	Terdapat perbedaan lokasi tempat penelitian.
Anisa Putri Pratiwi, Muhammad Sufyan Abdurrahman (journal 2021)	Strategi pengelolaan media sosial Instagram Humas Pemkot Bandung dalam masa pandemi covid-19	Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis	Penelitian ini membahas tentang penggunaan alur perencanaan, aktivasi dan pengawasan, dan optimaslisasi yang diterapkan oleh Humas Pemkot Bandung dalam pemberitaan yang berkaitan dengan media sosial Instagram.	Penelitian pada media sosial yang sama yaitu Instagram	Terdapat perbedaan dalam penggunaan metode penelitian serta lokasi penelitian
Kharisma Riana Putri, Andre N. Rahmanto (jurnal. 2021)	Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan	Penelitian kualitatif deskriptif	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif serta metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu	Sama-sama menggunakan metode kualitatif	Lokasi pada penelitian serta fokus penelitian

	Citra RSUD Dr. Moewardi		metode penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.		
Chairani Utami Nst, Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> dalam Pengelolaan Akun Instagram @infopublik.riau Pemerintah Provinsi Riau	Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau sudah mengimplementasikan <i>cyber public relations</i> dalam pengelolaan akun Instagram @infopubli.riau, tidak hanya berupa postingan foto saja tetapi da video dan igtv untuk membuat konten menarik sehingga publik tertarik untuk melihat informasinya.	Penggunaan metode kualitatif	Lokasi penelitian serta fokus penelitian
Syarifah Namira Azzahra Universitas Islam Riau	Pemanfaatan Media Sosial pada Aktivitas Digital <i>Public Relations</i> dalam meningkatkan Citra DPRD Provinsi Riau	Metode kualitatif	Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu media sosial dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi kegiatan DPRD Provinsi Riau yang dikelola oleh Humas DPRD Provinsi Riau dalam 4 jening meida sosial yaitu Web, Instagram, YouTube dan Fanspage.	Penggunaan metode kualitatif	Lokasi penelitian serta teori yang digunakan

1.5.2 Landasan Teoritis

Teori merupakan konsep awal dalam penelitian yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi suatu permasalahan yang ada atau memiliki konsep serta gagasan model yang telah disusun secara sistematis. Sugiyono (2018:52) Teori atau model merupakan alur logika atau penalaran yang merupakan seperangkat konsep, definisi dan proporsisi yang disusun secara sistematis.

Penelitian ini menggunakan model dari Regina Luttrell yaitu *The Circular Model of SoMe*. Regina Luttrell (2019:98) menyebutkan bahwa *The Circular Model of SoMe* termasuk suatu model komunikasi yang diciptakan berlandaskan dukungan fundamental dari Cluetrain Manifesto serta model komunikasi dua arah simetris Grunig. Tujuan terciptanya model ini yaitu untuk memudahkan para praktisi sosial melakukan komunikasi di media sosial.

Penggunaan model *The Circular Model of SoMe Social Communication* pada penelitian ini akan relevan dengan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tahapan pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai media komunikasi dan informasi Bank Sampah Bersinar.

Regina Luttrell (2019: 98-102) menyebutkan bahwa terdapat empat (4) komponen media sosial dalam model ini yakni, *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Tiap aspek memiliki kekuatan sendiri, tapi jika digabungkan akan memudahkan peneliti untuk mengembangkan dalam menggunakan media sosial.

Terdapat empat aspek dalam model ini, keempat aspek tersebut memiliki kekuatan dalam bagiannya masing-masing, tapi bersama-sama aspek ini

memungkinkan praktisi untuk mengembangkan strategi yang solid. Model ini dibuat melingkar karena media sosial adalah percakapan yang terus berkembang, ketika sebuah lembaga atau perusahaan berbagi (*sharing*) sesuatu mereka juga dapat mengelola (*manage*) atau terlibat (*engage*) dan bahkan mengoptimalkan (*optimize*) pesan mereka secara bersamaan. Berikut adalah penjelasan mengenai *The Circular Model of SoMe* menurut Regina Luttrell dalam bukunya *social media*.



Gambar 1. 1 Siklus *Circular Model of Some for Social Communication*

(Regina Luttrell, 2019)

1. *Share* (Membagikan)

Dalam hal ini komunikator harus mempunyai strategi dalam menggunakan media sosial serta media sosial apa saja yang digunakan agar komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien.

Diperhatikan bahwa, melakukan upaya membagikan suatu pesan harus berpartisipasi dalam sosial ini sendiri. Lembaga atau perusahaan diharuskan mengaktifasi media sosial yang akan digunakan. Namun bukan berarti sembarangan media sosial diaktivasi, pasalnya media sosial tersebut

sebaiknya memiliki unsur *share* agar bisa saling menghubungkan publik di media sosial tersebut baik dengan atau tidak dengan peran subjek itu sendiri. Karena dengan demikian apabila publik sudah berinisiatif membagikan suatu pesan tertentu berkenaan tentang subjek, tidak hanya jaringan cakupan informasi saja yang meluas, tapi juga akan terbangun kepercayaan pada publik.

Penting juga untuk memahami karakteristik setiap media sosial. Pasalnya media sosial memiliki kegunaan dan menargetkan audiens tertentu pula. Oleh karenanya aktivitas yang dimaksud tidak sembarangan aktivasi, semua bergantung pada publik mana yang akan dicapai, dan apa yang sebenarnya disajikan tujuan, dengan demikian media sosial yang diaktivasi digunakan sebagaimana fungsinya. Dalam tahap ini Luttrell menekankan ada tiga hal yang harus diartikan di dalamnya, yaitu *participate*, *connect*, dan *build trust*.

2. *Optimize* (Optimalisasi)

Yakni mengoptimalkan peran yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini dikarenakan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

Pada konsep ini Regina Luttrell (2019) dalam tahap *optimize* pada tahap ini organisasi harus mengetahui apa yang sedang dibicarakan publik terkait dengan topik yang di publikasikan tersebut *listen & learn*, dan *take part in authentic communications* harus diperhatikan dalam tahap ini. Kemudian, ketika suatu pesan sudah di *share* oleh subjek maka *followers* akan

membicarakan subjek baik dengan melibatkan subjek atau tidak, kegiatan ini yang harus diperhatikan oleh subjek. Karena subjek juga harus mendengarkan apa yang sedang dibicarakan *followers* tentang mereka.

3. *Manage* (Mengatur)

Tahap *manage* bisa diartikan yakni bagaimana komunikator mengatur media sosial dengan baik. Hal ini dikarenakan seringkali perbincangan terjadi di media sosial secara cepat.

Organisasi harus mampu merespon hal-hal yang terjadi di media sosial dengan cepat, karena publik pun mengharapkan respon yang cepat dari organisasi yang bersangkutan dalam tahap *manage* Luttrell menentukan kegiatan *media monitoring*, dan *quick response*.

4. *Engage* (Melibatkan)

Engage dalam pengelolaan media sosial, melibatkan *audience* dan *influencers* merupakan komponen yang sangat penting dalam strategi media sosial.

Sesuai dengan penjelasan mengenai *the Circular Model of SoMe* menurut Regina Luttrell dalam bukunya *Social Media ; Engage*: siapa yang kita libatkan dan bagaimana? Apakah kita ingin konsumen untuk mengambil tindakan pada apa yang telah kita bagikan? Jika demikian, apa yang kita ingin mereka lakukan? Mengelola strategi *engagement* merupakan hal yang sulit, tetapi ketika perusahaan menyadari manfaat dari keterlibatan otentik hubungan yang tepat dapat dibangun.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 *Public Relations*

Public relations saat ini menempati posisi yang cukup penting dalam organisasi, lembaga, maupun perusahaan. *Public relations* dijadikan sebagai bagian dari manajemen yang mengatur jalannya organisasi, lembaga, maupun perusahaan. Hal ini sebagaimana dikatakan Ardianto (2011:8) bahwa *public relations* dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang dapat menilai serta menelaah kebijakan, prosedur, serta sikap publik dari individu maupun sebuah organisasi. Keberadaan *public relations* dapat menjadi monitor tersendiri yang merencanakan dan mengevaluasi organisasi, lembaga, atau perusahaan demi langkah-langkah yang lebih efektif dan efisien.

Public relations sebagai upaya membangun kedekatan antara lembaga dengan publiknya, mengambil peranan dalam upaya interaksi, termasuk menyampaikan informasi organisasi, lembaga, maupun perusahaan.

Iriantara (2004:43) juga menjelaskan *public relations* diartikan sebagai proses komunikasi individu maupun unit masyarakat dalam rangka menjalin hubungan dan relasi yang terorganisir demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Komunikasi dalam *public relations* mengambil peranan penting demi tercapainya tujuan lembaga.

1.5.3.2 *Cyber Public Relations*

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi membawa serta perkembangan dalam berinteraksi terutama antara organisasi, lembaga, dan perusahaan dengan publiknya. Interaksi dengan publik saat ini banyak

memanfaatkan media sosial sebagai media yang banyak diminati masyarakat. Hal ini sebagaimana dikatakan Onggo (2004:4-5) bahwa dalam *cyber public relations* fungsi *public relations* menjadi lebih meluas jika dibandingkan dengan *public relations* konvensional.

Cyber public relations, sebagai pengembangan dan inovasi dari *public relations* konvensional beradaptasi pada alat-alat baru yang dapat memudahkan organisasi, lembaga, maupun perusahaan dalam menjangkau publiknya. Alat yang dimaksud dalam hal ini adalah internet.

Rusdianto (2014:96) menjelaskan karakteristik *cyber public relations* berkaitan dengan dominasi penggunaan internet yang berkomunikasi dengan publiknya. Internet memberikan kesempatan bagi organisasi, lembaga, maupun perusahaan dalam menjangkau publiknya tanpa batasan waktu maupun jarak geografis.

1.5.3.3 Instagram

Instagram menjadi media sosial yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat. Instagram merupakan salah satu aplikasi berbasis android yang digunakan untuk mengambil video, foto serta dibagikan kepada seluruh khalayak pengguna Instagram. Atmoko (2021: 10) Media sosial Instagram dengan berbagai bentuk video dan foto pada aplikasi mampu memberikan pemasaran yang luas.

1.5.3.4 Informasi Publik

Informasi adalah pesan utama dalam segala bentuk komunikasi dan interaksi. Informasi, menjadi suatu hal yang penting dimana hal tersebut

merupakan bekal dalam terjadinya interaksi dan komunikasi. Pace & Faules (2013:170) menjelaskan informasi publik dapat dikatakan sebagai proses penyampaian pesan yang berasal dari pandangan seseorang yang tersampaikan pada khalayak. Artinya, seseorang, bahkan sekumpulan orang, memiliki kemampuan yang sama untuk menciptakan informasi, bedanya, informasi tersebut akan menjadi informasi pribadi atau publik tergantung dari seberapa banyak informasi tersebut tersampaikan kepada khalayak.

Karakteristik informasi publik berkaitan dengan kualitas dari informasi yang tersebar. Mc. Leod (2010) menjelaskan bahwa informasi publik memiliki ciri diantaranya menggunakan informasi yang akurat, tepat waktu, relevan, serta lengkap.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Bank Sampah Bersinar yang beralamat di Jalan Terusan Bojongsoang No. 174A Kecamatan Baleendah Kabupaten Bandung Jawa Barat 40375. Alasan peneliti memilih tempat ini karena Bank Sampah Bersinar merupakan organisasi yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media penyebaran informasi publik.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Pendekatan pada penelitian ini yaitu menggunakan paradigma konstruktivisme yang mana dapat dilihat setiap individu realistik. Pengelolaan Instagram sebagai contoh realita yang terjadi masakini tidak hanya untuk individu tetapi untuk instansi atau perusahaan juga. Khun (2015: 8)

menerangkan bahwa paradigma menunjukkan cara kerja penelitian dari mulai merumuskan masalah dan menjawabnya dengan menggunakan teori yang ada secara operasional.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena pola pikir yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pola pikir induktif, pola yang hanya merumuskan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan rinci pada penelitian yang akan diteliti yang nantinya akan ditemukan pemecahan persoalan dari masalah yang bersifat umum yang penelitiannya menghasilkan kesimpulan.

Penelitian ini menentukan pendekatan kualitatif untuk diterapkan pada proses pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id untuk proses menciptakan informasi Bank Sampah Bersinar kepada publik internal dan eksternal yang mana penelitian ini melatarbelakangi peneliti terhadap pendekatan kualitatif.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan tujuan memaparkan fenomena dari objek yang diteliti tanpa upaya pencarian dan penjelasan sebab akibat maupun hubungan variabel. Rakhmat (1989:34) menjelaskan salah satu tujuan penelitian deskriptif ialah untuk mengumpulkan informasi secara rinci dalam upaya melukiskan gejala yang ada. Selain itu, dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data temuan yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya serta.

Peneliti menganggap dengan menggunakan metode deskriptif dapat mengetahui gambaran objek dalam penelitian mengenai pengelolaan media sosial Instagram @banksampahbersinar.id sebagai media komunikasi dan informasi.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Data mengenai tahap membagikan pesan akun media sosial Instagram @banksampahbersinar.id.
- 2) Data mengenai tahap pengoptimalan konten akun media sosial Instagram @banksampahberinar.id.
- 3) Data mengenai proses tahap mengelola informasi pesan akun media sosial Instagram @banksampahberinar.id.
- 4) Data mengenai mengikutsertakan publik untuk pengelolaan pesan akun media sosial Instagram @banksampahberinar.id

b. Sumber Data

Untuk mendapatkan data mengenai tahap *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage* didapat dari staf bagian humas sebagai data primer atau data utama. Data sekunder didapat dari pimpinan pengelola Bank Sampah Bersinar untuk memperkuat data utama.

1.6.5 Informan atau Unit Analisis

a. Informan

Informan dalam penelitian kualitatif adalah seseorang atau pelaku yang nantinya akan dimintai data sesuai dengan yang peneliti butuhkan. Salah satu teknik untuk mendapatkan data dari informan yaitu dengan cara wawancara mendalam. Berdasarkan hal tersebut informan dalam penelitian ini, sebagai berikut: *Marketing communications* Bank Sampah Bersinar, *Social media & business development* Bank Sampah Bersinar, *Content creator* Bank Sampah Bersinar.

b. Teknik Penentuan Informan

Teknik Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini adalah teknik mengambil informan atau narasumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian karena orang tersebut dianggap memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian. Peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi Partisipatori Pasif

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipasi pasif yang mana peneliti terjun langsung ke dalam pengamatan tapi tidak ikut dalam kegiatan program. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa partisipatori pasif adalah peneliti datang di tempat

kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Kegiatan ini dilakukan dengan cara membaca, mengevaluasi dan analisis konten Bank Sampah Bersinar.

b. Wawancara Mendalam.

Selanjutnya peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam. Menurut Tersiana (2018:12) wawancara merupakan cara pengumpulan data pada penelitian yang digunakan untuk mengetahui hal-hal secara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti dalam penelitiannya karena peneliti tidak ikut terjun langsung dalam pengelolaan media sosial Bank Sampah Bersinar.

Wawancara ini akan dilaksanakan bersama Sekertaris Subbag Humas Bank Sampah Bersinar dan Pimpinan Bank Sampah Bersinar yang memiliki kebijakan mengenai kegiatan Bank Sampah Bersinar serta pengelolaan Instagram.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data berupa dokumen dari lembaga terkait untuk mendukung keakuratan data yang didapatkan peneliti. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa dokumentasi menjadi catatan kegiatan atau fenomena yang telah dilakukan. Foto, karya, maupun tulisan merupakan salah satu bentuk dari dokumentasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data dokumen dari media sosial Instagram dan Website resmi Bank Sampah Bersinar.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan

Teknik penentuan keabsahan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi sendiri merupakan sumber data adalah menggali kebenaran informasi dengan menggunakan berbagai sumber. Sumber tersebut dapat berupa dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi. Moloeng (2011:330) teknik triangulasi data merupakan salah satu teknik dalam menguji kredibilitas data dengan cara menjadikan sesuatu yang diluar data sebagai pembanding terhadap data yang telah diperoleh untuk kemudian dilakukan pengecekan.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Menurut Miles & Huberman (1992:16) teknik analisis data dapat dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Mengenai ketiga tersebut secara lengkapnya yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung.

Data-data yang diambil pada penelitian ini merupakan hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan bersama staf atau praktisi humas Bank Sampah Bersinar. Analisis data akan dilakukan dengan tahap

merangkum, mengolah pokok serta memfokuskan terhadap data yang bertujuan untuk penelitian dalam menentukan data, tema dan pola secara jelas. Peneliti hanya memfokuskan permasalahan yang peneliti ambil pada tahap *share, optimize, manage dan engage*.

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah semua data dimasukkan pada formatnya masing-masing dengan berbentuk tulisan (*script*). *Display* data ini mengolah data-data yang setengah jadi yang sudah dikelompokkan. Data atau pesan yang telah terorganisir dibuat kedalam beberapa kategori dalam permasalahan penelitian mengenai *share, optimize, manage, dan engage* sehingga mudah dipahami. Media sosial Instagram @banksampahbersinar.id dengan adanya tujuan pada tahap pengelolaan data ini maka informasi untuk mendapatkan data lebih kuat.

c. Penarikan Kesimpulan dan/atau Tahap Verifikasi

Penarikan kesimpulan atau tahap verifikasi bertujuan untuk menemukan kesimpulan dari kegiatan penelitian. Pengambilan kesimpulan ini dilakukan dengan menjabarkan keseluruhan data sesuai dengan maksud dalam penelitian sehingga tujuan dari permasalahan dapat dilihat mengenai pengelolaan media sosial Instagram Bank Sampah Bersinar sebagai upaya untuk membangun informasi yang efektif.

1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1. 2 Rencana Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan (2023)									
		Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	
1	Pengajuan judul										
2	Penelitian BAB I										
3	Bimbingan										
4	Seminar UP										
5	Revisi										
6	BAB II										
7	Bimbingan										
8	Pengumpulan data										
9	Bimbingan										
10	BAB V										
11	Bimbingan										
12	Penyusunan Keseluruhan										
13	Sidang Skripsi										