

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kementerian Agama Kabupaten Ngawi memiliki peran sebagai institusi pelaksana tugas pemerintah dalam hal keagamaan, yang melibatkan struktur dan pengelolaan yang beragam untuk mewujudkan visi dan misi yang dimilikinya. Dalam lingkungan Kementerian Agama Ngawi, hubungan dengan masyarakat atau yang lebih dikenal sebagai *public relations* memiliki fungsi sebagai manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien. Tujuannya adalah untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik melalui berbagai upaya humas, dengan tujuan menciptakan citra dan reputasi yang positif. (kemenag.go.id)

Humas Kemenag Ngawi dalam menjalankan fungsinya terdiri dari dua aspek utama. Pertama, aspek publikasi digunakan untuk menyampaikan kebijakan dan program, mempromosikan pencapaian kinerja, merespons isu-isu publik di media, masyarakat, dan pemangku kepentingan, serta memfasilitasi dialog dengan publik. Kedua, aspek *feedback* digunakan untuk menyerap aspirasi masyarakat, memantau isu-isu di media, masyarakat, dan pemangku kepentingan, menganalisis isu-isu strategis, serta memberikan masukan kepada pimpinan dalam pengambilan keputusan. (kemenag.go.id)

Pencapaian untuk keberhasilan program-program Kemenag Ngawi, peran media cetak dan media online sangat penting dan perlu berkolaborasi dengan media sosial yang sedang berkembang pesat dalam masyarakat. Humas Kemenag Ngawi

harus menyusun konten dan menyajikannya dengan cara yang menarik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Hal ini menjadi semakin penting karena di era media sosial saat ini, berita dapat dengan mudah diputar balikkan oleh pihak-pihak tertentu.

Kebutuhan akan konten dan presentasi yang baik, Humas Kementerian Agama Kabupaten Ngawi juga harus mengadopsi paradigma baru yang tidak lagi bersifat monolog atau menyampaikan berita dalam satu arah, tetapi harus berorientasi pada dialog dengan masyarakat. Hal ini memungkinkan humas untuk menerima masukan dari masyarakat dan memfasilitasi komunikasi dua arah.

Upaya mensukseskan program-program Kementerian Agama Kabupaten Ngawi, peran media cetak dan media online menghadapi tantangan dengan munculnya media sosial. Media sosial hadir sebagai kekuatan baru yang sulit dikendalikan, namun semakin banyak pihak dari Kemenag yang terlibat dalam media sosial, semakin besar pula pengaruh Kemenag Ngawi dalam ruang publik yang diwarnai oleh media sosial tersebut.

Penelitian ini difokuskan pada pengelolaan hubungan masyarakat digital yang terdapat di media sosial Kementerian Agama Kabupaten Ngawi, dengan penekanan pada *platform youtube*. Pengelolaan ini dapat diartikan sebagai rangkaian tindakan atau upaya yang dilakukan oleh sekelompok individu untuk mencapai tujuan tertentu. Pengelolaan media sosial merupakan salah satu aktivitas yang bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan dan informasi yang dibutuhkan oleh publik eksternal, demi kepentingan internal lembaga atau instansi tersebut.

Hasil pra penelitian menunjukkan data terkait akun *youtube* Kementerian Agama Kabupaten Ngawi. Akun *youtube* tersebut memiliki 1,2 ribu pengikut, 144 video, dan telah mencapai 32.107 tampilan video sejak tanggal 28 November 2013 hingga 9 November 2022. Di *youtube* Kemenag Ngawi, memuat konten yang berisikan informasi mengenai lembaga Kemenag Ngawi kepada masyarakat serta menjadi referensi bagi lembaga serupa. Selain itu, dalam pengelolaan sosial media *yuotube-nya*, *platform youtube* Ngawi ini memiliki laporan langsung (*live report*) yang dibuat oleh para pembuat konten di akun tersebut.

Youtube Kemenag Ngawi memperlihatkan keistimewaannya dengan pendekatan yang unik dalam menghasilkan beragam konten. Pendekatan ini melibatkan penyajian konten video dari sejumlah kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Kemenag Ngawi seperti kegiatan terkait pelaksanaan ibadah haji, kegiatan upacara & apel pagi, do'a bersama, kegiatan olahraga Kemenag Ngawi, kegiatan pembinaan, acara penghargaan seperti PAI Award Ngawi, dan rangkaian kegiatan lainnya. Strategi ini menunjukkan komitmen lembaga Kemenag Ngawi dalam memberikan transparansi kepada masyarakat.

Keunikan dari konten ini mencakup berbagai dimensi, termasuk sosial, pendidikan, dan peringatan acara-acara istimewa. Tujuan dari ini adalah untuk memperkuat hubungan antara anggota lembaga serta memelihara silaturahmi di antara mereka. Selain itu, konten-konten ini juga mencerminkan upaya lembaga Kemenag Ngawi untuk menjaga keterlibatan komunitas dalam kegiatan-kegiatan mereka.

Pada sisi pendidikan, konten ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat kepada masyarakat tentang berbagai kegiatan keagamaan dan budaya yang diadakan oleh Kemenag Ngawi. Melalui konten ini, penonton dapat belajar dan memahami lebih dalam mengenai nilai-nilai agama, tradisi, dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Kemenag Ngawi.

Secara keseluruhan, pendekatan unik dalam menghasilkan konten video *youtube* ini mencerminkan komitmen Kemenag Ngawi untuk terhubung secara langsung dengan masyarakat, memberikan wawasan, serta merayakan momen-momen berarti dalam perjalanan Kemenag Ngawi.

Berdasarkan hasil analisis data pra penelitian dapat diketahui bahwa konten-konten yang dimuat oleh Kemenag Ngawi memiliki daya tarik dalam pengelolaan konten *youtube* sehingga dapat menjadi subjek penelitian yang menarik. Jika dikaitkan dengan upaya Humas, aspek ini memiliki potensi untuk secara positif memperkuat reputasi positif dari lembaga tersebut. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mendalami lebih lanjut dan merinci aktivitas kehumasan yang Kemenag Ngawi lakukan dalam pengelolaan kanal media sosial *youtube* mereka. Selain itu, penelitian ini memiliki tujuan lebih luas yaitu menjadi sumber acuan bagi institusi sejenis dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial mereka.

Perkembangan dan popularitas *cyber public relations* semakin meningkat dan dikenal oleh berbagai kalangan. Penggunaan internet oleh praktisi *public relations* memberikan kekuatan tambahan dalam menjalankan tugas mereka, karena semua kegiatan *cyber public relations* dapat diakses dengan mudah oleh publik di mana

pun dan kapan pun mereka inginkan. Pemanfaatan internet juga sangat efektif mengingat era modern saat ini, di mana internet dan perangkat elektronik sudah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari.

Peran dan fungsinya, *public relations* atau yang dikenal juga sebagai Humas akan mengikuti perkembangan zaman. Saat ini, humas dalam era modern menggunakan media internet sebagai sarana komunikasi, yang dikenal sebagai *e-PR* atau *cyber public relations*. *E-PR* merupakan aktivitas atau upaya kehumasan yang dilakukan melalui media elektronik internet, dengan tujuan membangun merek (*brand*) dan menjaga kepercayaan (*trust*), pemahaman, serta citra perusahaan atau organisasi kepada khalayak. Selain itu, komunikasi dalam *e-PR* dapat dilakukan secara langsung dan interaktif, memungkinkan komunikasi satu-ke-satu dengan audiens.

Praktisi *cyber public relations* dapat secara efektif menyampaikan pesan organisasi kepada khalayak yang lebih luas dan terhubung secara global. Menurut Meitsara, dkk (2018) *cyber public relations* yaitu *public relations* yang menjalankan berbagai aktivitas yang kerjanya dibantu dengan menggunakan internet sebagai sarana atau media untuk publisitasnya. *Cyber public relations* adalah kegiatan seorang humas yang melakukan pekerjaan dengan media internet atau yang sering disebut dunia maya (*cyber space*). Kehadiran internet di zaman ini membuat perkembangan baru di dunia *public relations*, dengan melalui media internet suatu bentuk *public relations* yang milenial lebih terbentuk.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah teruraikan diatas, penelitian mengenai pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi. Maka penelitian ini memiliki pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses membagikan informasi dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi?
2. Bagaimana proses mengoptimalkan informasi dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi?
3. Bagaimana proses mengelola informasi dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi?
4. Bagaimana proses melibatkan publik dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi antara lain:

1. Untuk mengetahui proses membagikan informasi dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi.
2. Untuk mengetahui proses mengoptimalkan informasi dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi.
3. Untuk mengetahui proses mengelola informasi dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi.

4. Untuk mengetahui bagaimana proses melibatkan publik dalam pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pemahaman dan pengetahuan tentang konsep *cyber public relations* sebagai suatu profesi kepada akademisi, mahasiswa, dan terutama di lingkungan kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya di jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat. Penelitian ini fokus pada penerapan *cyber public relations* di lembaga Kementerian Agama Kabupaten Ngawi melalui media sosial *youtube*. Penelitian ini mengadopsi model *The Circular Model of Some* (Model Some) yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Model ini meliputi empat tahap, yaitu *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*.

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat yang signifikan dalam memperkaya pemahaman tentang makna dan praktik *cyber public relations* sebagai pekerjaan di lingkungan akademik dan praktisi komunikasi. Terutama, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang penerapan *cyber public relations* di lembaga Kementerian Agama Kabupaten Ngawi melalui media sosial *youtube*. Dengan menggunakan model *The Circular Model of Some*, penelitian ini juga berupaya untuk menyediakan kerangka kerja yang dapat digunakan dalam mengelola kegiatan *cyber public relations* dengan lebih efektif.

Melalui penelitian ini, diharapkan bahwa para mahasiswa, akademisi, dan praktisi di jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang praktik *cyber public relations*, khususnya dalam konteks lembaga Kementerian Agama Kabupaten Ngawi. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi mereka yang tertarik dalam mempelajari dan mengembangkan bidang *cyber public relations*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan ide, pandangan, dan mendapatkan umpan balik yang luas dari Kementerian Agama Kabupaten Ngawi dalam upaya meningkatkan praktik komunikasi humas mereka, khususnya dalam pengelolaan *cyber public relations* melalui *platform youtube*. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana Kementerian Agama Kabupaten Ngawi mengelola *cyber public relations* di media *youtube*, dengan menggunakan konsep *The Circular Model of Some* (Model Some) yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Konsep ini melibatkan tahapan *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*.

Penulis penelitian ini juga akan mencoba memberikan pengalaman langsung untuk dapat menganalisis sejauh mana teori dan praktik dalam pengelolaan jejaring sosial online di Kementerian Agama Kabupaten Ngawi sesuai dengan yang dikemukakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk menghubungkan teori dan praktik dalam konteks pengelolaan jejaring sosial online, khususnya di lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Ngawi.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat tercipta pemahaman yang lebih baik tentang praktik *cyber public relations* dan pengelolaan jejaring sosial online di Kementerian Agama Kabupaten Ngawi. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Kementerian Agama Kabupaten Ngawi dalam meningkatkan strategi dan efektivitas komunikasi mereka melalui media *youtube*. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan pada pemahaman teoretis dan praktis di bidang *cyber public relations* dan pengelolaan jejaring sosial online.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu dapat dijadikan menjadi referensi serta pembandingan berasal penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Penelitian terdahulu juga dapat menjadi rujukan serta tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan, dengan kondisi penelitian terdahulu memiliki kesesuaian menggunakan peneliti yang akan dilakukan.

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Meitsara, Lida Imelda dan Danang Eif Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Dosen Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan jurnal yang mempunyai judul Pengelolaan *cyber public relations* dalam meningkatkan citra. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan penelitian tersebut mengungkapkan perihal proses pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan oleh humas Polda Jawa Barat pada rangka mempertinggi gambaran forum melalui website tribatanews.jabar.Polri.go.id.

Penelitian yang dilakukan memakai kerangka berpikir konstruktivisme, metode kualitatif dan pendekatan studi perkara yang bertujuan buat mengetahui proses pengelolaan *cyber public relations* dalam meningkatkan gambaran di website tribrataneews.jabar.Polisi Republik Indonesia.go.id secara mendalam dan menyeluruh. Konsep yang digunakan ialah konsep *The four steps public relations* berasal Cutlip, Center and Broom, dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipatori pasif, dan wawancara mendalam. Relevansi dengan penelitian terdahulu adalah tema penelitian yang sama yaitu tentang *cyber public relations*. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus peneliti terdahulu adalah bagaimana pengelolaan dari Kemenag Ngawi dalam pelaksanaan tersebut. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah pemanfaatan media *youtube* dalam aktifitas *cyber public relations* dan strategi dalam membentuk sebuah citra positif dalam pelaksanaan *cyber public relations* serta lokasi penelitian yang berbeda.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Agustian Kurniawan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau menggunakan judul skripsi Implementasi *cyber public realtions* RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau untuk mempertinggi pelayanan pada pasien. Penelitian ini memakai metode deskriptif kualitatif menggunakan teknik pengumpulan datanya memakai observasi, wawancara serta dokumentasi. Sesuai dengan hasil penelitian skripsi tersebut memfokuskan terhadap bagaimana implementasi *cyber public relations* RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau untuk meningkatkan pelayanan kepada pasien. Hasil yang didapati artinya RSUD

Arifin Achmad Provinsi Riau melalui peran humas tempat tinggal sakit tersebut dalam menaikkan pelayanan terhadap pasiennya menggunakan Email sebagai wadah pasien dalam menyampaikan keluhannya terhadap rumah sakit tersebut. Penggunaan *website* rumah sakit untuk penyebaran informasi seputar RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau. Serta menggunakan media sosial lainnya seperti *Facebook, Youtube dan Instagram*. Relevansi menggunakan penelitian terdahulu merupakan tema penelitian yang sama yaitu perihal *cyber public relations*. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian terdahulu hanya terfokuskan bagaimana implementasi *cyber public relations* RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau untuk mempertinggi pelayanan kepada pasien. Penelitian yang akan dilakukan penulis antara lain mengetahui peran Humas Kemenag Ngawi dalam pelaksanaan aktifitas *cyber public relations* pada rangka menaikkan gambaran positif Kemenag Ngawi, pemanfaatan media sosial *Youtube* dalam aktifitas *cyber public relations* serta strategi dalam menghasilkan sebuah gambaran positif dalam pelaksanaan *cyber public relations*.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Suanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhammad dan Satria Ali Syamsuri dari Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang dengan jurnal yang berjudul Implementasi *cyber public relations* Universitas Singaperbangsa Karawang Pada Persaingan Era Digital. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Penelitian jurnal volume ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis serta mengevaluasi kegiatan *cyber public relations* yang telah


dilakukan oleh Universitas Singaperbangsa Karawang selama ini semenjak beralih status dari swasta menjadi Negeri. Relevansi dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif deskriptif serta tema penelitian yang sama. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah penelitian terdahulu menganalisis serta mengevaluasi kegiatan implementasi *cyber public relations* Universitas Singaperbangsa Karawang pada persaingan era digital. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis antara lain mengetahui peran Humas Kemenag Ngawi dalam pelaksanaan aktifitas *cyber public relations* dalam rangka meningkatkan citra positif Kemenag Ngawi, pemanfaatan media sosial *youtube* dalam aktifitas *cyber public relations* dan strategi dalam membentuk sebuah citra positif dalam pelaksanaan *cyber public relations*.

- d. Penelitian yang dilakukan oleh Haryadi Mujiyanto dan Zikri Fachrul Nurhadi berasal jurnal *Humaniora* yayasan Bina Darma menggunakan judul jurnal Optimalisasi Instagram menjadi alat *cyber public relations* PT. GI pada Era Industri 4.0. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif (studi analisis deskriptif). Penelitian terdahulu ini memiliki tujuan menganalisis optimalisasi *instagram* menjadi alat *cyber public relations* perusahaan di era industri 4.0. Penelitian dilakukan pada PT. GI yang telah menggunakan Instagram menjadi salah satu alat *cyber public relations*. Relevansi menggunakan penelitian jurnal ini ialah menggunakan tema yang sama. Penelitian terdahulu menganalisis optimalisasi *instagram* menjadi alat *cyber public relations* perusahaan di era industry 4.0. Perbedaan menggunakan penelitian yang akan dilakukan sang

penulis menggunakan penelitian terdahulu ini artinya penelitian yg ditulis sang Haryadi Mujianto dan Zikri Fachrul memfokuskan terhadap analisis optimalisasi media sosial instagram sebagai alat *cyber public relations* perusahaan pada era industri 4.0. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis diantaranya mengetahui peran Humas Kemenag Ngawi pada pelaksanaan aktifitas *cyber public relations* pada rangka mempertinggi citra positif Kemenag Ngawi, pemanfaatan media umum *youtube* dalam aktifitas *cyber public relations* serta taktik dalam membentuk sebuah gambaran positif pada pelaksanaan *cyber public relations*.

- e. Penelitian yang dilakukan oleh Rosaliana dan Riris Loisa dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara dengan jurnal yang berjudul Strategi *cyber public relations* dalam memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Citra Perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan metode studi kasus. Hasil dari penelitian jurnal volume ini adalah strategi *cyber public relations* yang digunakan oleh perusahaan objek penelitiannya menggunakan *instagram* dan *facebook* sebagai media untuk membangun citra perusahaan dan mendekatkan diri kepada publik eksternal. Relevansi dengan penelitian terdahulu adalah metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah penelitian terdahulu ini menggunakan media sosial *instagram* dan *facebook* sedangkan peneliti menggunakan media sosial *youtube*.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
Meitsara, Lida Imelda, Danang Eif (2018) Pengelolaan Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra	Metode Kualitatif	<p>Humas Polda Jawa Barat meningkatkan citra lembaga melalui <i>Cyber Public Relations</i> pada website tribratanews.jabar.polri.go.id. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan konsep <i>The four steps PR</i> dari Cutlip, Center and Broom.</p> 	Relevansi dengan penelitian terdahulu adalah tema penelitian yang sama yaitu tentang <i>Cyber Public Relations</i> . Perbedaan terletak pada objek penelitian. Objek peneliti yaitu di Kemenag Ngawi sedangkan Meitsara di Polda Jabar. Peneliti menggunakan konsep <i>the circular model of some</i> untuk <i>youtube</i> sedangkan Meitsara menggunakan konsep <i>the four step PR</i> untuk <i>website</i> .
Agustian Kurniawan (Skripsi : 2020) Implementasi cyber public relations RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau	Metode Deskriptif Kualitatif	RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau menggunakan cyber public relations untuk meningkatkan pelayanan kepada pasien. Kurniawan menggunakan <i>Email</i> sebagai wadah pasien dalam menyampaikan keluhannya terhadap rumah sakit tersebut. Penggunaan <i>website</i> rumah sakit untuk penyebaran informasi seputar RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau. Serta menggunakan media sosial lainnya seperti <i>Facebook</i> , <i>Youtube</i> dan <i>Instagram</i> .	Relevansi dengan penelitian terdahulu yaitu pada tema penelitian yang sama yaitu perihal <i>Cyber Public Relations</i> . Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada objek penelitian dan media yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan media sosial seperti <i>Facebook</i> , <i>Youtube</i> dan <i>Instagram</i> . Sedangkan peneliti hanya menggunakan media sosial <i>youtube</i> .
Tri Suanto, dkk (Jurnal : 2019) Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Universitas Singaperbangsa Karawang Pada Persaingan Era Digital.	Metode Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis serta mengevaluasi kegiatan <i>cyber public relations</i> yang telah dilakukan oleh Universitas Singaperbangsa Karawang sejak beralih status dari swasta menjadi Negeri.	Relevansi dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif deskriptif serta tema penelitian yang sama.

Haryadi Mujianto dan Zikri Fachrul Nurhadi, (jurnal: 2019) Optimalisasi Instagram menjadi alat <i>cyber public relations</i> PT. GI pada Era Industri 4.0	Deskriptif Kualitatif	PT. GI telah menggunakan Instagram menjadi salah satu alat <i>cyber public relations</i> dalam menyebarkan informasi mengenai perusahaan kepada masyarakat di era 4.0	Relevansi menggunakan penelitian ini ialah menggunakan tema yang sama yaitu tentang <i>cyber public relations</i> . Perbedaan penelitian terdahulu yaitu pada objek media sosial instagram. Sedangkan peneliti menggunakan media sosial <i>youtube</i> .
Rosaliana dan Riris Loisa (Jurnal: 2018) Strategi <i>cyber public relations</i> dalam memanfaatkan Media Sosial untuk Membangun Citra Perusahaan.	Metode deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah strategi <i>cyber public relations</i> yang digunakan oleh perusahaan objek penelitiannya menggunakan <i>instagram</i> dan <i>facebook</i> sebagai media untuk membangun citra perusahaan dan mendekati diri kepada publik eksternal.	Relevansi dengan penelitian terdahulu adalah metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan media sosial <i>instagram</i> dan <i>facebook</i> sedangkan peneliti menggunakan media sosial <i>youtube</i> .

2. Landasan Teori

Landasan teori berperan sebagai acuan untuk penelitian yang akan dilakukan, dan juga sebagai pembatas dalam mengarahkan pembahasan topik utama penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan model *The Circular Model of Some* (Model Some) yang dikembangkan oleh Regina Luttrell sebagai kerangka pembahasan. Penggunaan model ini dipandang relevan dengan konteks penelitian yang sedang dibahas.

a. *The Circular Model of Some* (Model Some)

Penelitian ini berfokus pada strategi pengelolaan kegiatan *cyber public relations* di era modern saat ini. Setelah melakukan berbagai penelitian tentang teori dan model media sosial, khususnya *The Circular Model of SoMe* yang terkenal. Model ini merupakan sebuah konsep yang dikembangkan oleh Regina Luttrell untuk

membantu praktisi media sosial dalam perencanaan komunikasi di *platform* media sosial. Menurut Luttrell (2015: 42) terdapat beberapa komponen penting dalam media sosial, yaitu *share*, *optimizing*, *manage*, dan *engage*.

1) *Share* (menyebarkan)

Membagikan setiap kegiatan, program maupun sebuah kebijakan yang dilakukan oleh lembaga kepada masyarakat melalui sosial media artinya menyatukan komunikasi yang terjadi antara lembaga dengan publiknya. Lembaga swasta sampai instansi pemerintah berusaha menentukan bagaimana cara berkomunikasi yang sesuai dengan karakteristik lembaga dan masyarakatnya.

2) *Optimize* (optimalisasi)

Konsep selanjutnya adalah tahap *optimize* pada tahap ini organisasi harus mengetahui apa yang sedang dibicarakan publik terkait dengan topik yang di publikasikan organisasi tersebut *listen & learn*, dan *take part in authentic communications* harus di perhatikan dalam tahap ini.

3) *Manage* (mengatur)

Tahap selanjutnya dalam konsep ini adalah bagaimana mengatur media sosial yang digunakan. 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*, *quick response*, dan *real time intercatio*.

4) *Engage* (melibatkan)

Tahap keempat adalah mengenai *influencer relations*, yaitu tentang dengan siapa lembaga harus terlibat dan bagaimana. Setiap lembaga memiliki pesan atau informasi tersendiri yang harus disampaikan melalui berbagai macam media sosial yang dimilikinya. Penyebaran informasi di media sosial harus disesuaikan dengan tujuan dan maksud yang jelas untuk memastikan informasi tersampaikan dengan cepat dan tepat sasaran.

3. Kerangka Konseptual

Landasan konseptual merupakan bagian dari penelitian yang merumuskan makna dari berbagai konsep pokok yang relevan dengan rencana penelitian. Dalam penelitian ini, landasan konseptual mencakup beberapa konsep utama, yaitu pengelolaan, *cyber public relations*, *new media* dan youtube.

a. Pengelolaan

Pengelolaan dapat diartikan sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. George Terry (2018: 15) menjelaskan pengelolaan merupakan seni dan ilmu dalam mengarahkan dan mengkoordinasikan upaya individu dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

b. Cyber Public Relations

Istilah *cyber public relations*, "*cyber*" mengacu pada lingkungan online atau dunia maya, sementara "*public relations*" mengacu pada fungsi komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan pemahaman, kepercayaan, dan hubungan positif antara organisasi dan publiknya. Charles Marsh (2012: 7) mengemukakan *cyber public relations* adalah proses komunikasi yang mengintegrasikan teknologi digital dan *platform* online untuk meningkatkan visibilitas organisasi dan membangun hubungan baik dengan publik.

c. Sosial Media

Media sosial beroperasi melalui *platform* online yang dapat diakses melalui internet. Ini berarti pengguna dapat mengakses layanan tersebut melalui situs web atau aplikasi khusus yang terhubung dengan internet. Lina alifah (2020: 1) dalam Skripsinya mendefinisikan bahwa media sosial merupakan sesuatu yang dapat menciptakan bermacam-macam bentuk komunikasi dan informasi bagi semua yang menggunakannya. Media sosial selalu memberikan bermacam kemudahan yang menjadikannya nyaman berlama-lama di media sosial.

d. Youtube

Youtube merupakan salah satu media yang sangat berkembang pesat di zaman *modern* ini. Azhar Arsyad (2017) *youtube* merupakan layanan video berbagai yang disediakan oleh Google bagi para penggunaannya untuk memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. *Youtube* merupakan wujud dari pergeseran teknologi internet (*world wide web*) dari "*read only web*" ke "*read*

write web”, yakni dari keadaan ketika internet hanya menyediakan sumber bacaan bagi penggunanya untuk membuat dan membagikan sumber bacaan bagi pengguna yang lain. Pergeseran tersebut menyebabkan *youtube* menjadi salah satu media sosial yang praktis dan mudah diakses, sehingga saat ini *youtube* merupakan situs paling populer dan ditonton oleh ribuan orang tiap harinya.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi Jl. Raden Ajeng Kartini No.15, Kerek, Margomulyo, Kec. Ngawi, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur 63217. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai bulan Maret 2022. Lokasi ini menjadi tempat pengumpulan data menggunakan metode pengumpulan data observasi dan wawancara mendalam kepada informan untuk mendapatkan informasi mengenai fokus dari penelitian ini. Lokasi ini juga dipilih karena memiliki keunikan dalam konten youtube yang bervariasi membuat lokasi ini dinilai menarik untuk diteliti.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini mengadopsi paradigma Konstruktivisme. Paradigma Konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengembangkan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa. Creswell (2014: 32) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme sosial yang merupakan karakteristik dari paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme dapat membuat peneliti lebih mengembangkan pemikiran yang beragam atas suatu fenomena sosial yang terjadi pada hal yang diteliti. Penelitian kualitatif menggunakan paradigma konstruktivisme karena dari sifatnya yang terus

berkembang sesuai dengan fenomena yang sedang diteliti. Pemikiran ini juga dapat membuat peneliti dalam pelaksanaannya dapat terbuka dan tidak terfokus terhadap batasan yang telah dibuat sehingga dapat memaksimalkan hasil penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif secara tertulis maupun lisan dari individu atau perilaku yang diamati. Cresswell (2014: 58) mengemukakan penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui pengumpulan, analisis, dan interpretasi data non-numerik. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami konteks, makna, dan pengalaman subjek yang sedang diteliti.

Penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman secara menyeluruh dan detail, serta memperhatikan konteks sosial, budaya, dan historis yang memengaruhi fenomena yang diteliti. Cresswell menekankan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti berinteraksi langsung dengan partisipan dan menggunakan metode seperti wawancara mendalam, observasi partisipan, dan analisis dokumen. Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata, narasi, gambar, dan konteks yang terkumpul dari partisipan.

Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam dan pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti, serta menggali berbagai perspektif yang ada. Penelitian ini sering kali berfokus pada pengembangan teori baru atau pemahaman yang lebih mendalam tentang topik

yang kompleks dan kurang dipelajari. Penting untuk dicatat bahwa penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk mengeneralisasi hasil-hasilnya ke populasi yang lebih luas seperti dalam penelitian kuantitatif. Sebaliknya, penelitian kualitatif lebih berorientasi pada keunikan kasus-kasus individu dan pemahaman yang mendalam terhadap konteks yang spesifik.

Penelitian ini juga membutuhkan pemahaman yang mendalam terhadap fokus penelitian yaitu tentang bagaimana *share, optimize, manage* dan *engage* terhadap pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi yang dimana pendekatan kualitatif dapat dengan mudah membantu peneliti menggali informasi yang lebih dalam terhadap fokus penelitian tersebut.

3. Metode Penelitian

Berdasarkan paradigma dan pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang sesuai dengan topik penelitian ini. Johnny Saldana (2016: 14) menyatakan bahwa metode deskriptif kualitatif melibatkan peneliti dalam pengumpulan data secara langsung, baik melalui wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengungkapkan makna, pola, dan tema yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Metode deskriptif kualitatif juga dapat membuat peneliti menggambarkan fenomena secara apa adanya sesuai dengan yang ada dilapangan terkait pengelolaan *cyber public relations* pada media sosial *youtube* Kemenag Ngawi.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang mencakup teks, gambar, atau suara yang memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Robert Yin (2014: 97) mengemukakan membagi jenis data menjadi tiga, yaitu data kualitatif, data kuantitatif, dan data campuran. Data kualitatif berupa teks, gambar, atau suara yang dapat memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Data kuantitatif berupa angka atau statistik yang dapat diukur dan dianalisis secara matematis. Data campuran merupakan kombinasi antara data kualitatif dan kuantitatif.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Informasi verbal yang terdiri dari kata-kata dan tindakan merupakan sumber data primer yang menjadi sumber data utama dalam penelitian kualitatif. Moleong (2009: 157) menjelaskan bahwa kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan cara mengamati dan wawancara.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber lain atau sebagai data pendukung untuk melengkapi data primer. Sementara itu, dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui studi pustaka dari buku-buku yang membahas tentang *cyber public relations*, serta melalui dokumentasi dan sumber-sumber lainnya.

5. Teknik Penentuan Informan

Informan merupakan individu atau praktisi yang memiliki pemahaman dan peran yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, informasi yang dibutuhkan diperoleh dari pihak internal perusahaan atau lembaga, termasuk karyawan, anggota tim, kepala divisi, atau mereka yang berperan dalam departemen Humas Kemenag Ngawi. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penelitian ini akan memilih kepala bagian Humas Kemenag Ngawi sebagai informan utama atau kunci, dan akan melibatkan dua staf dari bagian Humas Kemenag Ngawi sebagai informan tambahan untuk memperkuat sumber data yang diperoleh dari informan utama. Adapun kriteria informan yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini antara lain:

- a. Bekerja di Humas Kemenag Ngawi
- b. Informan lebih spesifik bekerja dibagian *cyber public relations*
- c. Minimal bekerja satu tahun dibidang kehumasan
- d. Masih sedang terlibat pada kegiatan yang diteliti
- e. Mempunyai waktu yang memadai untuk diminta informasi

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti ini merupakan langkah strategis untuk membantu penelitian. Karena peneliti ini bertujuan untuk mendapatkan data, dalam penelitian maka ada beberapa teknik pengumpulan data yang akan dilakukan diantaranya sebagai berikut:

a. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dari metode penelitian deskriptif kualitatif dengan cara mengamati fenomena. Widoyoko (2014: 46) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Pengertian lain dari observasi Rianto (2010: 96) menjelaskan observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung.

Observasi partisipatori pasif yaitu ketika peneliti mengunjungi tempat yang ingin diamati dan mengamati kegiatan yang sedang berlangsung, tetapi tidak terlibat secara aktif dalam kegiatan tersebut. Sugiyono (2007: 66) menjelaskan observasi parsitisipasi pasif yaitu peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipatori pasif dikarenakan dengan melakukan observasi dengan tidak mengikuti kegiatan tersebut dirasa cukup untuk mendapatkan data yang diperlukan serta dengan situasi dan kondisi saat ini seperti peraturan dari pemerintah membuat peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi partisipatori pasif.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah bagian asal metode kualitatif. Pada metode kualitatif ini ada dikenal menggunakan teknik wawancara mendalam (*In-depth Interview*). Pengertian wawancara-mendalam (*In-depth Interview*) merupakan proses memperoleh berita untuk tujuan penelitian menggunakan cara tanya jawab sembari

bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, menggunakan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat pada kehidupan sosial yang cukup lama Sutopo (2006: 72). Ciri spesifik/kekhasan berasal wawancara mendalam ini adalah keterlibatannya pada kehidupan responden/informan.

Wawancara mendalam melakukan ekskavasi secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan (berdasarkan tujuan dan maksud diadakan wawancara tersebut) dengan memakai pertanyaan terbuka. Penggalan yang dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka sesuai perspektif responden dalam memandang sebuah persetujuan. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan mewawancarai satu orang secara tatap muka (*face to face*). Teknik pengumpulan data ini digunakan buat memenuhi data yang tak didapatkan di observasi partisipatori. Wawancara mendalam jua dapat memudahkan peneliti pada menggali gosip terkait fokus penelitian yang akan dilakukan.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif umumnya menggunakan teknik analisis data dengan prosedur umum dan langkah-langkah yang khusus. Dalam analisis data penelitian kualitatif, langkah-langkah tersebut melibatkan proses penerapan dari langkah-langkah yang spesifik hingga umum, dengan berbagai tingkatan analisis yang dilakukan. Creswell (2013: 276) lebih lanjut menjabarkan lebih jelas langkah-langkah analisis data yang antara lain:

- a. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, men-*scanning* materi, mengetik data lapangan, atau

memilah-milah dan menyusun data tersebut ke dalam jenis- jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

- b. Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.
- c. Menganalisis lebih detail dengan meng-*coding* data. *Coding* merupakan proses mengolah materi/informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya. Proses *coding* ini, penulis mengkombinasikan kode-kode yang telah ditentukan sebelumnya (*predetermined code*) dan membuat kode-kode berdasarkan informasi yang muncul dengan sendirinya (*emerging code*). Sehingga, proses *coding* dalam penelitian ini adalah dengan men-*fit*-kan kode-kode yang muncul selama proses analisis data dengan data penelitian.
- d. Menerapkan proses *coding* untuk mendeskripsikan *setting*, orang-orang, kategori-kategori, dan tema-tema yang akan dianalisis. Pada langkah ini, penulis membuat kode-kode untuk mendeskripsikan semua informasi, lalu menganalisisnya. Tema-tema inilah yang kemudian dijadikan judul dalam bagian hasil penelitian.
- e. Menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif. Pendekatan naratif ini bisa meliputi pembahasan tentang kronologis peristiwa, tema-tema tertentu, atau tentang keterhubungan antar tema.
- f. Menginterpretasi atau memaknai data. Langkah ini akan membantu penulis dalam mengungkap esensi dari suatu gagasan. Interpretasi juga bisa berupa

makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur atau teori.

8. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Triangulasi adalah upaya untuk memverifikasi kebenaran data atau informasi yang diperoleh oleh peneliti melalui pendekatan dari sudut pandang yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mengurangi sebanyak mungkin bias yang dapat terjadi selama proses pengumpulan dan analisis data. Dalam penelitian ini, metode triangulasi digunakan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan oleh penulis dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Langkah triangulasi yang dilakukan dalam penelitian untuk mendapatkan sumber data yang sama. Adapun langkah triangulasi yang akan dilakukan sebagai berikut :

- a. Membandingkan data hasil penelitian dengan hasil data wawancara. Peneliti membandingkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada akun *youtube* Kemenag Ngawi dengan hasil wawancara dengan informan yang menjadi Humas di Kementerian Agama Kabupaten Ngawi.
- b. Membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan yang menjadi Humas di Kementerian Agama Kabupaten Ngawi dengan hasil data dokumen yang diperoleh di akun *youtube* Kemenag Ngawi. Dokumen dapat berupa video maupun foto.
- c. Penulis mendapatkan data yang sesuai dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan.