

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Aktivitas kehumasan saat ini mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat. Media-media berbasis internet menjadi sarana dalam melakukan aktivitas kehumasan yang dikenal dengan istilah *online public relations*. Aktivitas kehumasan yang dilakukan daring (*online*) memudahkan praktisi humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Aktivitas humas *online* atau *online public relations* dilakukan melalui berbagai media seperti website dan media sosial. Penggunaan media sosial dan pemanfaatannya untuk berbagai aktivitas kehidupan masyarakat secara individu maupun kelompok seperti perusahaan, organisasi, maupun lembaga pemerintahan yang dikelola oleh praktisi humasnya. Aktivitas yang dilakukan meliputi interaksi hingga publikasi tentang perusahaan, organisasi, maupun lembaga pemerintahan terkait kepada publik.

Survei Data Reportal dari website datareportal.com membuat publikasi data tentang pengguna media sosial di Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial pada tahun 2023 di Indonesia terdapat 167 juta pengguna media sosial per Januari 2023. Pengguna media sosial dengan jumlah banyak yang tercantum pada data tersebut membuktikan bahwa masyarakat Indonesia memiliki antusiasme yang tinggi dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan mencari informasi.

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan termasuk oleh masyarakat Indonesia. Data Napoleon Cat yang diperoleh

dari laman website resmi DataIndonesia.id menyebutkan terdapat 116,16 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Agustus 2023. Jumlah tersebut diketahui mengalami peningkatan sebesar 6,54% dibandingkan pada bulan sebelumnya dengan jumlah sebanyak 109,03 juta pengguna. Instagram tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi seorang individu. Instagram juga digunakan oleh berbagai perusahaan, lembaga, maupun instansi pemerintahan untuk menyampaikan informasi-informasi tertentu kepada publik.

Dinas Komunikasi Informatika Persandian dan Statistik (DiskominfoSanditik) Kabupaten Sumedang merupakan bagian dari perangkat daerah yang berada di bawah naungan Pemerintah Kabupaten Sumedang. DiskominfoSanditik Kabupaten Sumedang menjalankan tugasnya sebagai salah satu instansi pemerintahan yang menjadi unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang komunikasi informasi, informatika, persandian, dan statistik. DiskominfoSanditik Kabupaten Sumedang sudah memanfaatkan media sosial yakni Instagram dalam aktivitas kehumasan terutama *online public relations*.

DiskominfoSanditik Kabupaten Sumedang sebagai pengelola akun Instagram @humassumedang, @diskominfoSanditiksumedang, dan @sumedangsaberhoaks. Media sosial Instagram @humassumedang memuat informasi terkait Sumedang seperti aktivitas pemerintahan, program pemerintah, objek wisata, dan kegiatan lainnya. Informasi pada @humassumedang sebagai akun Instagram yang lebih menonjol dibandingkan dua akun Instagram lainnya yang dikelola oleh DiskominfoSanditik Kabupaten Sumedang dapat dilihat dari jumlah

followers dan postingan yang dibuat dalam berbagai bentuk konten yang kekinian dan menarik baik berupa foto, video, hingga infografis.

Berdasarkan wawancara sebagai bagian dari upaya untuk memperoleh data pra penelitian terdapat sebuah fakta mengenai peralihan pengelola Instagram @humassumedang. Wawancara tersebut dilakukan peneliti dengan seorang informan yang merupakan bagian dari Tim Humas Bidang Informasi Komunikasi Publik. Instagram @humassumedang sebelumnya dikelola oleh Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim). Prokopim merupakan salah satu penyokong fungsi sekretariat daerah di Pemerintah Kabupaten Sumedang. Pada tahun 2022 tanggung jawab dalam pengelolaan media sosial Instagram @humassumedang diambil alih oleh Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang. Terhitung aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang oleh Tim Humas Bidang IKP sejak tahun 2022 awal sampai sekarang.

Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang pada Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) sebagai pengelola media sosial Instagram @humassumedang melakukan aktivitas humas secara *online* pada akun Instagram @humassumedang secara masif. Berdasarkan data pra penelitian yang diambil langsung dari pengamatan pada Instagram @humassumedang, unggahan pada akun tersebut mencapai 3 sampai 5 unggahan per hari. Intensitas dan kontinuitas tersebut membuktikan masifnya Tim Humas Bidang IKP Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang dalam melakukan aktivitas *online public relations* terutama mengelola media sosial Instagram @humassumedang.

Unggahan-unggahan pada Instagram @humassumedang merupakan hasil dari konten-konten. Proses konten dalam hal ini mencakup beberapa hal seperti pembuatan rencana konten (*content plan*), penulisan naskah untuk konten, pembuatan konten, penyuntingan konten dan penambahan *voice over*, serta pembuatan *caption*. Proses tersebut juga merupakan cara dalam mengelola media sosial yang termasuk dalam aktivitas *online public relations*.

Konten-konten yang diunggah ini berupa kegiatan pemerintahan seperti rapat internal, Musrenbang, sosialisasi, dan kunjungan baik yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang maupun pemerintah luar. Program-program pemerintahan juga turut dipublikasikan di Instagram @humassumedang agar informasi terkait sampai pada publik khususnya masyarakat Sumedang.

Program-program tersebut diantaranya WhatsApp Kebutuhan Informasi dan Pelayanan Online (WAKEPO), Bahan Pokok Penting (BAPOKTING), Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (LAPOR), dan Sumedang *Beyond Simpati*. Program pemerintah tersebut dikemas ke dalam berbagai konten baik infografis yang ditulis secara formal, foto dan video sosialisasi, ataupun dalam bentuk konten menghibur dengan unsur informasi terkait yang terdapat di dalamnya. Konten yang secara *continue* diunggah pada Instagram @humassumedang yaitu konten bersegmen dengan judul DADAKAN (Sumedang dalam Sepekan) diunggah satu kali dalam seminggu. Konten tersebut menunjukkan *recap* kegiatan pemerintah Kabupaten Sumedang dalam satu pekan yang dilakukan oleh Tim Humas Bidang IKP Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang. Konten lainnya secara acak dalam hal ini insidental, dibuat dan diunggah di Instagram

@humassumedang. Konten-konten yang dimaksud seperti konten edukasi tentang bijak dalam bermedia sosial, Informasi mengenai UMKM di daerah Kabupaten Sumedang, informasi wisata, sosial budaya, ekonomi, dan konten hiburan.

Data pra penelitian menunjukkan informasi berikut yakni dapat diketahui bahwa jumlah pengikut media sosial Instagram @humassumedang mencapai 17,3 ribu per 7 November 2023. Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang sebagai pengelola Instagram Sumedang secara konsisten mengunggah konten setiap harinya tercatat bahwa per 7 November 2023 jumlah postingan pada akun Instagram @humassumedang sebanyak 7.484.

Data berdasarkan pengamatan yang diperoleh peneliti diantaranya beberapa penghargaan yang diraih oleh Tim Kehumasan Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang sebagai pengelola Instagram @humassumedang yang menunjukkan pencapaian dalam melakukan aktivitas *online public relations*. Penghargaan dalam ajang Anugerah Media Humas 2023 Tingkat Nasional sukses diraih pada tiga kategori diantaranya Penghargaan Terbaik ke-3 Media Sosial, Terbaik ke-2 Audio Visual, dan 6 Terbaik Kategori Website Kabupaten/Kota.

Berdasarkan data-data yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti fenomena ini dengan tujuan untuk mengetahui aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang. Ketertarikan ini didasari pada prestasi-prestasi dan keragaman konten yang diunggah, dan pengelolaan media sosial oleh Tim Kehumasan Bidang IKP Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang dalam melakukan aktivitas kehumasan *online* melalui media sosial pada

akun Instagram @humassumedang. Aktivitas *online public relations* yang menjadi fokus dalam penelitian ini peneliti mengacu pada *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection* dalam proses pelaksanaan pengelolaan media sosialnya dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Paradigma penelitian ini mengacu pada paradigma konstruktivistik.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian dari peneliti terhadap aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang, diajukan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana *context* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang?
2. Bagaimana *communication* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang?
3. Bagaimana *collaboration* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang?
4. Bagaimana *connection* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang?

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti memiliki tujuan atas penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui terkait aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *context* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang

2. Untuk mengetahui *communication* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang
3. Untuk mengetahui *collaboration* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang
4. Untuk mengetahui *connection* dalam aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian yang akan peneliti lakukan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber rujukan ilmiah bagi pihak-pihak terkait yang berkepentingan sebagai bentuk studi komparatif bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian dengan tema serupa yaitu aktivitas *online public relations* di Instagram. Penelitian ini juga diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten yang kreatif dan informatif, meningkatkan pemahaman tentang pengelolaan media sosial terutama Instagram, dan memperluas wawasan mengenai perkembangan tren konten dan strategi pengelolaan media sosial Instagram.

Penelitian tentang aktivitas *online public relations* ini dikaji melalui konsep dari Heuer sebagai indikator media sosial yang digunakan dalam pengelolaan media sosial. Heuer dalam Solis (2010:263) menjelaskan bahwa terdapat 4 konsep sebagai indikator media sosial diantaranya, *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat bagi lembaga atau instansi pemerintahan sebagai bahan evaluasi mengenai aktivitas *online public relations* melalui media sosial pada akun Instagram @humassumedang. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran-gambaran terkait tren dalam pembuatan konten media sosial Instagram yang kreatif dan informatif.

1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi merupakan salah satu penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian aktivitas *online public relations* pada akun Instagram @humassumedang yang akan diteliti. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengelolaan media sosial Instagram @cimahikota oleh Pemkot Cimahi berdasarkan aspek-aspek diantaranya *share, optimize, manage, dan engage*. Pemerintah Kota Cimahi dalam mengelola @cimahikota dilandasi adanya perubahan tren konsumsi informasi masyarakat. Instagram @cimahikota terdapat tiga jenis konten yang diposting diantaranya kegiatan Walikota dan SKPD, hari besar, dan *tips and trick*. Berdasarkan aspek-aspek yang disebutkan di atas, Pemerintah Kota Cimahi dalam mengelola @cimahikota belum dilaksanakan secara optimal diantaranya dalam memanfaatkan *influencer, manage media monitoring, mengunggah informasi tambahan, melakukan klarifikasi isu hoax, meraih target audiens (followers) dengan menyesuaikan konten, dan memanfaatkan aset konten*.

Penelitian dengan judul Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi Covid-19 Dalam Mendukung E-Government ini merupakan bagian dari kajian penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti. *Transparansi, Internet Porosity, The Internet As An Agent, Richness In Content*, dan meraih *reach* dalam menyampaikan informasi pada publik demi terciptanya *good governance* Pemerintah Kota Cimahi melalui @cimahikota merupakan tujuan penelitian. Tujuan tersebut terlaksana dengan implementasi *cyber public relations* diantaranya melakukan beberapa hal yaitu memberikan informasi yang transparan, akses informasi yang mudah, meminimalkan penyampaian informasi melalui media cetak, membuat konten yang baik, menerapkan *search engine optimization* (SEO) dan menggunakan *hyperlink*.

Penelitian lainnya yang relevan yaitu berjudul Implementasi Digital PR Pada UM Buton Dalam Menyebarkan Informasi Publik. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi pelaksanaan *digital public relations* pada Universitas Muhamadiyah Buton. Implementasi digital PR yang sudah dilakukan oleh UM Buton yaitu dengan memanfaatkan *website* dan media sosial seperti Instagram dan Youtube.

Penelitian ini berjudul *Aktivitas Digital Public Relations* Dalam Akun Instagram @ortuseight ini bertujuan aktivitas dan evaluasi dari *digital public relations* @ortuseight. Berdasarkan penelitian ini terdapat beberapa hal yang perlu dievaluasi diantaranya efektifitas *platform* Instagram dengan mempertimbangkan penggunaan *platform* TikTok dalam menjalankan aktivitas digital PR Ortuseight.

Penelitian kelima ini merupakan penelitian sebagai kajian yang relevan yang menggunakan metode penelitian yaitu deskriptif kualitatif dengan penggunaan landasan teoritis Konsep 4C (*context, communication, collaboration, dan connection*). Penelitian yang berjudul Pengelolaan Media Sosial Instagram @infobekasi Sebagai Media Informasi Tentang Bekasi ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial @infobekasi. Hasil penelitian ini, @infobekasi sudah melaksanakan pengelolaan media sosial yang mengacu pada aspek atau indikator media sosial sebagai berikut. Pada aspek *context* (konteks) @infobekasi menggunakan kata tidak berbelit, bahasa sehari-hari, dan keterangan penjas untuk memudahkan masyarakat dalam memahami informasi. Pada aspek *communication* menyajikan informasi lengkap dengan menambahkan dokumentasi berupa gambar atau video pendukung. Pada aspek *collaboration* (kolaborasi), @infobekasi bergabung pada grup *WhatsApp, media Deni Ardini* (Founder Info Bekasi), dan informasi berbayar atau iklan, dan pada aspek *connection* (koneksi) melakukan komunikasi dua arah, dan menampung kritik dan saran dari masyarakat.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

No.	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1	Fasya Al Rahmah, Hanny Hafiar, Heru Ryanto Budiana. Universitas Padjajaran. Jurnal Komunikasi Nusantara. Vol. 4 Nomor 1, hal 128-139. (2022)	Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi	Metode deskriptif dengan jenis data kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan partisipasi media sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi yang disebabkan terjadinya perubahan tren konsumsi informasi masyarakat. Tiga jenis konten yang diunggah diantaranya kegiatan Walikota dan SKPD, hari besar, lalu tips dan trik. Pemanfaatan <i>influencer</i> dalam pengelolaan media sosial dan mengelola serta media monitoring yang belum optimal	Penelitian ini memberikan gambaran tentang pengelolaan media sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. Pengelolaan media sosial tersebut mengacu pada aktivitas kehumasan secara <i>online</i> . Perbedaannya terletak pada penggunaan konsep atau teori yakni <i>share, optimize, manage, dan engage</i> , serta pada objek dan lokasi penelitian.
2	Aditya Ilham Gunawan, Yustikasari, Aat Ruchiat Nugraha. Universitas Padjajaran. Jurnal Pendidikan Dasar dan Sosial Humaniora. Vo. 1, No. 6. (2022)	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi Covid-19 Dalam Mendukung E-Government	Metode deskriptif	Hasil pada penelitian ini yakni Pemerintah Kota Cimahi mengimplementasikan <i>cyber public relations</i> dalam mendukung <i>e governance</i> demi tercipta <i>good governance</i> . Implementasi <i>cyber public relations</i> yang dilakukan diantaranya memberikan informasi secara transparan, meminimalkan penyampaian	Penelitian ini berfokus pada implementasi <i>cyber public relations</i> untuk <i>e governance</i> . Perbedaannya yaitu terdapat pada landasan teoritis, objek, dan lokasi penelitian

				informasi menggunakan media cetak, membuat konten yang baik, dan menerapkan <i>search engine optimization</i> (SEO) untuk memudahkan website ditemukan, serta penggunaan <i>hyperlink</i> saling terintegrasi	
3	Muhammad Rizal Ardiansah Putra Ardiansah, Muhammad Hidayatullah, Agung Pratama. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Buton. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial. Vol. 2 No. 1, hal. 55-65. (2022)	Implementasi Digital PR Pada UM Buton Dalam Menyebarkan Informasi Publik	Metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini yaitu UM Buton mampu bersaing secara efektif di internet dengan cara mengimplementasikan Digital PR yakni memanfaatkan <i>website</i> dan media sosial seperti Instagram dan Youtube. Penggunaan situs web dan media sosial merupakan langkah tepat dalam membangun reputasi positif UM Buton	Penelitian ini fokus pada pengimplementasian digital PR. Persamaan penelitian yakni mengacu pada tema besar yang serupa yaitu <i>digital public relations</i> . Perbedaan penelitian terdapat pada objek penelitian. Pada penelitian ini meneliti beberapa media diantaranya <i>website</i> dan media sosial sementara penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada satu media sosial yaitu Instagram.
4	Ni Made Rona, Siska Armawati Sufa, Eny Ratnasari. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu	Aktivitas <i>Digital Public Relations</i> Dalam Akun Instagram @ortuseight	Metode kualitatif	Penelitian ini menghasilkan penggunaan media sosial Instagram ditujukan untuk menyajikan pesan sebagai upaya <i>branding</i> ortuseight.	Fokus pada penelitian ini terletak pada aktivitas <i>digital public relations</i> sebagai upaya membranding Ortuseight

	<p>Komunikasi Universitas Dr. Soetomo. Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Volume 10 Nomor 1. (2022)</p>			<p>Pesan dalam bentuk <i>caption</i> diperhatikan dari segi komposisi dan variatif untuk menaikkan <i>Engagement</i> dan <i>reach</i> dengan memanfaatkan SEO. Penggunaan <i>hashtag</i> #TeamOrtuseight yang konsisten memudahkan pengguna menemukan Ortuseight di Instagram melalui kolom <i>search</i>.</p>	<p>melalui media sosial Instagram. Persamaan penelitian yaitu penggunaan media sosial yang sama yaitu Instagram. Perbedaan pada penelitian ini salah satu tujuannya yaitu untuk membrading sementara pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti hanya fokus pada aktivitas <i>online public relations</i>. Perbedaan lainnya yaitu pada objek penelitian.</p>
5	<p>Indah Salsabillah, Tatik Yuniarti. Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi. Jurnal Edukasi dan Multimedia Vol. 1 No. 2. (2023)</p>	<p>Pengelolaan Media Sosial Instagram @infobekasi Sebagai Media Informasi Tentang Bekasi</p>	<p>Metode deskriptif kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini diantaranya pelaksanaan pengelolaan media sosial @infobekasi berdasarkan Konsep 4C sebagai berikut: (1) <i>context</i>, pengelolaan konteks dengan penggunaan kata tidak berbelit, bahasa sehari-hari, dan keterangan penjelas untuk memudahkan masyarakat dalam memahami informasi; (2) <i>communication</i> (komunikasi) yakni penyajian informasi secara lengkap dengan menambahkan dokumentasi berupa</p>	<p>Penelitian ini memberikan gambaran tentang pengelolaan media sosial Instagram @infobekasi. Persamaan penelitian terdapat pada penggunaan landasan teoritis yakni Konsep 4C oleh Heuer dalam mengelola media sosial. Perbedaan penelitian terletak pada</p>

				<p>gambar atau video pendukung; (3) <i>collaboration</i>, yaitu dengan bergabung pada grup <i>WhatsApp</i>, <i>media Deni Ardini</i> (Founder Info Bekasi), dan informasi berbayar atau iklan; (4) <i>connection</i> (koneksi) dengan melakukan <i>two way communication</i> atau komunikasi dua arah, menampung kritik dan saran dari masyarakat, serta kegiatan menanyakan kabar dan bermain <i>games</i>.</p>	objek penelitian.
--	--	--	--	--	-------------------



1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Konseptual

1.6.1 Konsep 4C (*Context, Communication, Collaboration, Connection*)

Merujuk pada rumusan masalah yang diuraikan oleh peneliti, pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini antara lain menggunakan konsep 4C (*context, communication, collaboration, dan connection*) oleh Chris Heuer. Konsep ini dipilih oleh peneliti karena memiliki relevansi dengan rumusan masalah yang ingin peneliti ketahui yakni untuk menganalisis aktivitas *online public relations* berdasarkan pada aspek-aspek penggunaan media sosial.

Heuer dalam Solis (2010:263) mencetuskan konsep 4C sebagai indikator media sosial, diantaranya sebagai berikut:

1. Konteks (*context*), merupakan cara membingkai cerita. Konteks juga berarti cara membuat pesan dengan memperhatikan penggunaan bahasa, dalam hal ini konteks yang terdapat pada Instagram @humassumedang yaitu *caption*.
2. Komunikasi (*communication*), merupakan cara membagikan cerita seperti mendengarkan, merespons, dan berkembang. Komunikasi dalam hal ini juga berarti cara berkomunikasi melalui media sosial seperti menyampaikan informasi, membaca, mendengar, dan merespon sebuah informasi.
3. Kolaborasi (*collaboration*), yaitu bekerja sama untuk menjadikan segala sesuatunya lebih baik dan lebih efisien serta efektif. Konsep kolaborasi mengacu pada media sosial sebagai wadah mempertemukan berbagai pihak melakukan kerja sama untuk suatu kepentingan agar lebih baik.
4. Koneksi (*connection*), yaitu hubungan yang dibina dan pelihara. Koneksi dalam hal ini merupakan pemeliharaan hubungan yang sudah terjalin oleh

sesama pengguna media sosial. Konteks media sosial Instagram yang dimaksud dengan koneksi diantaranya adalah pengikut atau *followers*.

1. 6. 1. 2 Online Public Relations

Humas online merupakan inisiatif praktisi humas yang melakukan kegiatan kehumasan secara online melalui media internet sebagai sarana publisitasnya. Onggo (2004:1) mendefinisikan bahwa humas online atau *cyber public relations* sebagai inisiatif dari para praktisi PR atau public relations yang menggunakan media internet sebagai sarana untuk publisitasnya. Definisi berikut merujuk pada realitasnya seorang praktisi humas dalam melakukan aktivitas *online public relations* menggunakan berbagai jenis media online seperti website dan media sosial.

1. 6. 1. 3 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu jenis media massa digital berbasis internet sebagai sarana penghubung, media penyampaian informasi, dan alat komunikasi yang dilakukan oleh penggunanya baik individu maupun lembaga atau perusahaan. Van Dijk (Nasrullah, 2015:11) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.

1. 6. 1. 4 Instagram

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling banyak penggunanya. Instagram merupakan bagian dari sebuah perusahaan yaitu Burbn, Inc oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram memiliki fitur-fitur yang memungkinkan penggunanya membagikan postingan berupa foto, video, maupun infografis.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan peneliti berlokasi di Dinas Komunikasi Informatika Persandian dan Statistik (DiskominfoSanditik) Kabupaten Sumedang yang bertempat di Jalan Angkrek No.103, Situ, Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45621. Penelitian yang dilakukan di Kantor DiskominfoSanditik Kabupaten Sumedang dipilih menjadi lokasi penelitian karena merupakan satu-satunya dinas atau lembaga pemerintahan yang mengelola Instagram @humassumedang sebagai objek penelitian terkait.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan kerangka atau landasan pemikiran berdasarkan model, konsep, atau teori yang harus dimiliki setiap orang untuk melatih kemampuan dalam berpikir. Harmon dalam Moleong (2012:49) mendefinisikan paradigma sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas. Definisi tersebut mengacu pada manusia yang memiliki pandangan terhadap suatu realitas berdasarkan cara mempersepsi, berpikir, dan menilai suatu fenomena sebagai realitas.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivistik atau konstruktivisme karena paradigma ini mempelajari tentang berbagai macam realita individu yang terkonstruksi dan terimplikasi bagi kehidupan individu tersebut, selain itu peneliti juga ingin mewedahi konstruksi-konstruksi berbeda pada setiap individu sehingga peneliti mampu menarik suatu kesimpulan dari hasil penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana

aktivitas *online public relations* melalui media sosial pada akun Instagram @humassumedang.

Pendekatan penelitian ini yaitu pendekatan interpretatif (fenomenologis atau *sosio-cultural*) yakni sebuah upaya untuk menemukan penjelasan dari berbagai peristiwa sosial maupun budaya yang mengacu pada pengalaman dan perspektif informan. Pendekatan interpretatif ini mampu memberikan makna secara rinci atau detail terhadap suatu perilaku dan secara langsung mengobservasi fakta sebagai sesuatu yang mengandung konteks dan memiliki makna khusus.

1. 7. 3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan aspek penting dalam sebuah penelitian. Metode penelitian memiliki jenis yang beragam salah satunya adalah metode deskriptif. Whitney (1960:55) mendefinisikan bahwa metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Berdasarkan definisi tersebut, adapun fakta-fakta yang dimaksud berasal dari manusia dan mencakup peristiwa, aktivitas, hubungan, karakteristik, perubahan, perbedaan, dan kesamaan antarfenomena.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif karena peneliti hanya akan memberikan gambaran secara rinci dan subjektif terkait proses dalam aktivitas *online public relations* melalui media sosial pada akun Instagram @humassumedang tanpa rekayasa atau sesuai dengan realitas yang peneliti temukan di lapangan.

Metode penelitian ini juga dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui proses dalam aktivitas *online public relations* pada

Instagram @humassumedang berdasarkan konsep 4C yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection* yang dikemukakan oleh Heuer.

1. 7. 4 Jenis Data dan Sumber Data

1. 7. 4. 1 Jenis Data

Peneliti akan mengumpulkan jenis data kualitatif berbentuk tulisan maupun berupa lisan bukan dalam bentuk simbol, angka, atau bilangan. Data yang dibutuhkan oleh peneliti antara lain berupa data tentang aktivitas *online public relations* yang dilakukan Tim Humas Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi Informatika Persandian dan Statistik (Diskominfo sanditik) Kabupaten Sumedang sebagai pengelola Instagram @humassumedang berdasarkan aspek indikator pengelolaan media sosial yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*.

1. 7. 4. 2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua kategori sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan data yang secara langsung diperoleh peneliti dengan cara mengumpulkan data berupa *file* atau dokumen maupun hasil wawancara dengan pihak Diskominfo sanditik Kabupaten Sumedang sebagai pengelola Instagram @humassumedang dan dengan informan kunci dan pelengkap.

Data tersebut berupa catatan, rekaman audio, hasil *screenshot* isi pesan singkat (*chat*), maupun dokumentasi. Data primer lainnya juga dapat

diperoleh melalui pengamatan peneliti sebagai upaya penggabungan fenomena.

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari selain data primer. Sugiyono (2008: 402) mengungkapkan bahwa data sekunder merujuk pada sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada peneliti. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka data sekunder bisa diperoleh dari informasi sumber lain maupun dokumen-dokumen. Pada penelitian ini, data sekunder berupa dokumen dan media sosial Instagram @humassumedang.

1. 7. 5 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam sebuah penelitian penting dipilih secara tepat karena informan merupakan sumber data primer pada penelitian yang akan dilakukan. Mulyana (2011:54) menyebutkan terdapat dua jenis informan yang digunakan untuk penelitian kualitatif yaitu informan kunci dan informan pelengkap. Penjelasan tersebut menunjukkan jumlah informan yang dibutuhkan harus lebih dari satu guna memperkaya data.

Informan yang dipilih pada penelitian ini diantaranya pihak-pihak yang berkaitan dengan aktivitas *online public relations* yang dilakukan pada Instagram @humassumedang sehingga peneliti memperoleh data-data akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Informan pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Informan kunci merupakan Kepala Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi Informatika Persandian dan

Statistik (Diskominfosanditik) Kabupaten Sumedang

- 2) Informan pelengkap merupakan Tim Kehumasan Bidang IKP Pegawai Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang

1. 7. 6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada sebuah penelitian memerlukan teknik-teknik khusus agar dapat memperoleh data secara efisien. Creswell (2012:266) menjelaskan bahwa data nantinya diperoleh dengan teknik pengumpulan data akan sangat membantu peneliti untuk mendapatkan data yang sesuai dengan standar. Penjelasan tersebut menunjukkan pentingnya penggunaan teknik dalam pengumpulan data sehingga dalam sebuah penelitian terdiri dari data-data secara efisien dan sesuai standar.

Pada penelitian ini, berikut beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan yaitu:

1) Observasi

Teknik pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil pengamatan (observasi). Sugiyono (2007:66) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan observasi pasif digunakan pada saat peneliti hanya mengamati kegiatan yang terjadi di lokasi tanpa terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Penjelasan tersebut merujuk pada kegiatan observasi partisipan pasif tidak melibatkan peneliti secara langsung ke dalam kegiatan dari objek penelitian.

Teknik pengumpulan data ini yaitu observasi partisipan pasif yaitu teknik pengumpulan data berdasarkan dari hasil pengamatan dan analisis. Tujuannya adalah agar mendapatkan data yang objektif dan akurat. Peneliti

tidak terlibat secara langsung sehingga disebut dengan observasi partisipatif pasif yang hanya mengamati dan menganalisis proses aktivitas *online public relations* yang dilakukan Tim Humas Bidang IKP Diskominfoanditik Kabupaten Sumedang sebagai pengelola Instagram @humassumedang.

2) Wawancara Mendalam (*In-Dept Interview*)

Wawancara merupakan suatu kegiatan dalam mengumpulkan data guna menunjang hasil penelitian berdasarkan keterangan secara lisan yang dilakukan dengan informan terutama informan kunci. Koentjaraningrat (1979:74) memberikan penjelasan bahwa wawancara merupakan tahap tanya jawab secara langsung dengan daftar pertanyaan yang telah disusun direncanakan. Penjelasan yang disampaikan oleh Koentjaraningrat ini menunjukkan bahwa diperlukan adanya pedoman dalam melakukan wawancara seperti mempersiapkan daftar pertanyaan yang terbuka untuk mendapatkan jawaban informan yang lebih kompleks, sesuai dan mampu membuka pertanyaan baru yang bakesinambungan.

Pemilihan *in-dept interview* adalah karena peneliti ingin mendapatkan informasi secara mendalam mengenai aktivitas *online public relations online public relations* berdasarkan aspek-aspek yang menjadi fokus penelitian. Pelaksanaan, wawancara ini bersifat fleksibel, terbuka, dan objektif.

1. 7. 7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan model analisis data kualitatif oleh Miles dan Huberman. Penelitian kualitatif menurut Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2016:246) dianalisis secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas yang mengakibatkan datanya sudah jenuh. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang digagas Miles and Huberman yaitu sebagai berikut:

1) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Pada tahapan setelah pengumpulan data dilakukan proses reduksi data. Reduksi data meliputi kegiatan merangkum, memilih dan fokus pada data-data yang penting, serta mencari tema dan polanya. Reduksi data juga dilakukan dengan mengkategorisasikan data berdasarkan dengan fokus dan kebutuhan penelitian.

2) *Data Display* (Penyajian Data)

Teknis analisis data yang kedua adalah *data display* (penyajian data). Data yang disajikan dalam penelitian kualitatif yakni berupa uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, *flow chart*, dan lain-lain. *Data display* memberikan kemudahan untuk memahami isi dari data penelitian dan untuk merencanakan tahapan selanjutnya berdasarkan hal-hal yang sudah dipahami tersebut.

3) *Conclusion Drawing and Verification* (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi)

Tahapan analisis data yang terakhir menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dapat bersifat sementara atau sudah kredibel tergantung dengan ditemukan atau tidaknya bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data.

1. 7. 8 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Daftar Kegiatan	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Jun 2023
Tahap Pertama: Observasi lapangan dan pengumpulan data										
Pengumpulan Data Proposal Penelitian										
Penyusunan Proposal Penelitian										
Bimbingan Proposal Penelitian										
Revisi Proposal Penelitian										
Tahap Kedua: Usulan Penelitian										
Sidang Usulan Penelitian										
Revisi Usulan Penelitian										
Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi										
Pelaksanaan Penelitian										
Analisis dan Pengolahan										

Penulisan Laporan										
Bimbingan Skripsi										
Tahap Keempat: Sidang Skripsi										
Bimbingan Akhir Skripsi										
Sidang Skripsi										
Revisi Skripsi										

