

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital saat ini, komunikasi telah mengalami transformasi radikal akibat adopsi teknologi digital. Perkembangan teknologi ini tidak hanya memengaruhi cara berinteraksi satu sama lain secara pribadi tetapi juga memberikan dampak secara signifikan pada profesi khususnya *public relations*. *Cyber Public Relations* merupakan kegiatan komunikasi yang menggunakan teknologi berbasis digital dan internet untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan antara sebuah organisasi dengan publik. Kegiatan *cyber public relations* dilakukan sebagai bentuk peralihan transformasi dari konvensional ke digital, kegiatan *cyber public relations* mencakup penggunaan situs web, email, media sosial, dan banyak alat komunikasi online lainnya untuk mencapai tujuan komunikasi yang memudahkan akses interaksi dengan publik.

Penggunaan media sosial sebagai saluran penyampaian pesan memiliki beberapa kelebihan terutama dalam konteks komunikasi. Membagikan pesan melalui media sosial dapat menjangkau khalayak yang lebih luas tidak terbatas oleh usia dan gender. Media sosial juga memfasilitasi interaksi dua arah antara komunikator dan komunikan, dimana komunikan dapat berkomentar, menyukai, dan berbagi konten. Keunggulan penggunaan media sosial untuk menyampaikan pesan mendorong Humas Dispusipda Jabar untuk melakukan kegiatan *cyber public relations* melalui media sosial Instagram dalam menyampaikan pesan.

Instagram telah menjadi salah satu *platform social media* untuk dapat berinteraksi dengan publik. Kemampuan untuk berkomunikasi secara real time atau nyata membuat praktisi *public relations* merespon isu-isu yang berkembang dengan cepat. Instagram juga banyak digunakan oleh masyarakat dalam mencari informasi, hiburan, serta edukasi dan hal ini didukung oleh data dari databoks yang menyatakan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-4 sebagai pengguna Instagram terbanyak dengan 86,5% atau sebanyak 106 juta orang terhitung pada bulan April 2023.

Pengelolaan media sosial Instagram merupakan proses mengelola strategi komunikasi pada Instagram untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan yang baik dengan publik. Perpustakaan dan Kearsipan Jawa Barat dalam mengelola Instagram @dispusipdajabar aktif membagikan konten dengan berbagai unggahan yang beragam setiap harinya dapat berupa foto maupun video yang disajikan melalui Instastory, reels, ataupun feeds Instagram. Penyajian konten yang beragam pada Instagram @dispusipdajabar menghadirkan respon dari publik yang dapat dilihat dari komentar hingga adanya interaksi yang dilakukan oleh Dispusipda Jawa Barat melalui kolom komentar ataupun *direct message* (DM).

Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jawa Barat memiliki peran dan fungsi dalam melayani publik di bidang perpustakaan seperti peminjaman buku dan mengelola kearsipan. Dispusipda memiliki program Kolecer yang menyediakan buku-buku pada ruang publik dan program Candil (Maca Dina Digital Library) hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat baca serta menambah wawasan pengetahuan pada masyarakat untuk mengedukasi masyarakat dengan

mengoptimalkan program yang ada. Dispusipda Jabar juga memiliki beberapa fasilitas ruangan untuk ruang baca anak, ruang baca dewasa, ruang baca referensi, ruang baca remaja, ruang keanggotaan perpustakaan, dan lainnya. Dispusipda Jabar tidak hanya memberikan fasilitas untuk kenyamanan pengunjung namun menyediakan sarana lain juga seperti adanya museum pahlawan, tokoh seniman Jabar serta *co-working space* dengan gaya kekinian dan tersedia aspek pendukung seperti eskalator, lift, dan klinik kesehatan. Dispusipda Jabar juga mendukung fasilitas bagi penyandang disabilitas dengan menyediakan alat bantu dengar, buku braille, pegangan rambat, kursi roda, tongkat, *guiding block* bertekstur berwarna kuning, dan area parkir khusus.

Berdasarkan data *pra*-penelitian yang didapatkan melalui website resmi dispusipda.jabarprov.go.id, diketahui bahwa Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat meraih penghargaan Humas Jabar Award dengan kategori Mimin of The Year Humas Jabar Award 2023 dan Creative Editing of The Year Humas Jabar Award 2023 dari Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil atas apresiasi kinerja seluruh stakeholders dalam menciptakan citra positif pemerintah Jawa Barat dan kreativitas dalam media sosial.

Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat dengan *username* @dispusipdajabar memiliki pengikut 39.8 ribu dan 3.552 ribu unggahan melakukan kegiatan *cyber public relations* dengan membagikan berbagai jenis konten secara rutin. Konten yang dibagikan mayoritas berkaitan dengan Dispusipda seperti informasi lomba, hari kunjung perpustakaan, informasi magang, informasi layanan, informasi mengenai program-program yang ada, seminar, perpustakaan

keliling (pusling), kegiatan internal yang dilakukan oleh lembaga, dan lainnya. Berdasarkan pra-observasi melalui Instagram @dispusipdajabar, peneliti melihat bahwa akun Instagram @dispusipdajabar memerhatikan unsur-unsur yang menjadi ciri dari Instagram Dispusipda Jabar. Instagram @dispusipdajabar dalam membagikan konten dengan tampilan awal feeds menggunakan latar berwarna putih dengan penggunaan logo Jawa Barat di sebelah kiri atas dan logo Dinas Perpustakaan dan Kearsipan sebelah di sebelah kanan Atas. Berbagai konten yang disajikan, Instagram @dispusipdajabar menjadi akun media yang informatif. Hal tersebut dapat dilihat pada akun Instagram @dispusipdajabar mengalami peningkatan pengikut setiap minggunya, artinya masyarakat menyimpan atensi dan harapan terhadap Instagram @dispusipdajabar untuk selalu memberikan informasi yang bernilai.

Berdasarkan data *pra*-penelitian yang diperoleh peneliti dari hasil riset melalui akun Instagram @dispusipdajabar, peneliti melihat bahwa akun Instagram Dispusipda Jawa Barat aktif dalam membagikan konten di setiap minggunya dengan konten berbentuk foto maupun video. Selain itu, pengelolaan Instagram @dispusipdajabar telah memanfaatkan fitur Instagram yang ada mulai dari menggunakan Instagram Story, Reels (untuk konten video yang berdurasi lebih dari satu menit), Highlight/Sorotan Instagram (koleksi dari Instagram *Story* yang dapat disimpan, dilihat, dan tidak akan hilang walaupun sudah 24 jam). Pengelolaan akun Instagram @dispusipdajabar juga memerhatikan tampilan yang disajikan dengan *layout*, *template*, *cover highlight*, warna latar yang dipilih hingga hal itu dapat memudahkan publik untuk mencari tahu mengenai informasi yang dibutuhkan.

Akun Instagram Dispusipda Jabar memiliki 11 sorotan untuk memudahkan publik dalam mencari informasi, 11 sorotan tersebut berisikan informasi terbaru dari awal tahun 2023-2024, syarat membuat kartu anggota perpustakaan, survei yang berisikan mengenai program Dispusipda Jabar, Layanan Dispusipda, dan sebagainya.

Media sosial Instagram @dispusipdajabar, peneliti melihat terdapat konten yang diunggah dalam bentuk *reels* yang memiliki jumlah *viewers* terbanyak diantara konten *reels* lainnya yakni konten yang menggunakan konsep trend kekinian yang banyak digunakan di media sosial dan peneliti melihat dari konten tersebut memperoleh 748 ribu *viewers* dan 271 komentar serta 590 akun yang membagikan konten tersebut. Konten yang diunggah melalui feeds Instagram yang memiliki daya tarik publik yakni unggahan yang berisikan informasi magang di Dispusipda Jawa Barat dengan jumlah suka 101 dan 197 komentar, sedangkan penggunaan instastory dalam pengelolaan Instagram @dispusipdajabar digunakan untuk menaikkan unggahan feeds/reels ke instastory.

Pengelolaan media sosial Instagram @dispusipdajabar terdapat keunggulan yang dapat dirasakan yaitu adanya timbal balik atau feedback lebih cepat dibanding penyebaran informasi melalui media konvensional, pada era digital ini dapat dilihat secara langsung bentuk feedback atas unggahan yang disajikan berupa dalam bentuk suka dan komen. Media sosial Instagram memberikan akses bagi lembaga untuk dapat berhubungan dengan lembaga lain secara langsung tanpa perantara. Hal tersebut menjadi terbukanya peluang bagi pengikut untuk berinteraksi ataupun berkolaborasi langsung dengan lembaga yang bersangkutan. Kemajuan teknologi

melahirkan peluang besar sehingga membuka pada ruang komunikasi yang lebih baik karena media sosial Instagram sangat memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara lembaga dengan publik secara terbuka (melalui kolom komentar) ataupun pesan secara langsung (melalui *Direct Message*).

Kemajuan teknologi juga menciptakan hal baru dalam mendapatkan informasi, dengan kemajuan teknologi membuat konektivitas yang lebih cepat dengan mengakses dan membagikan informasi, berkolaborasi dalam media sosial tanpa terbatas oleh tempat dan waktu, filterisasi yang membuat informasi sesuai dengan target sasaran yang telah ditentukan, penggunaan fitur *live* pada media sosial untuk menyebarkan informasi secara langsung, dan sebagainya. Kemajuan teknologi akan selalu melahirkan inovasi baru dalam cara berkomunikasi dan penyebaran informasi melalui platform online seperti media sosial.

Berdasarkan hasil riset *pra*-penelitian yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengambil fokus penelitian ini mengenai pengelolaan media sosial Instagram sebagai bentuk aktivitas *cyber public relations* Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat. Peneliti ingin mengetahui lebih jauh bagaimana Humas Dispusipda Jabar mengelola akun Instagram @dispusipdajabar hingga dapat menghadirkan pengikut-pengikut baru di setiap minggunya, bagaimana pesan dibagikan, bagaimana sebuah pesan dikemas, bagaimana pesan dilakukan secara optimasi, dan bagaimana sebuah pesan dapat melibatkan audiens hingga membangun ketertarikan publik. Hal ini menjadi ketertarikan penulis sebagai peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengelolaan media sosial

Instagram @dispusipdajabar dengan menggunakan model SOME (*share, optimize, manage, engage*) yang diciptakan oleh Regina Luttrell.

1.2 Fokus Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan mengenai maksud penelitian di atas, maka dari itu fokus penelitian ini adalah *Aktivitas Cyber Public Relations* Melalui Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Jawa Barat.

Maka pertanyaan yang dapat disimpulkan, yaitu:

- a. Bagaimana tahap *share* (membagikan) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar?
- b. Bagaimana tahap *optimize* (mengoptimalkan) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar?
- c. Bagaimana tahap *manage* (mengelola) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar?
- d. Bagaimana tahap *engage* (melibatkan) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui tahap *share* (membagikan) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar
- b. Mengetahui tahap *optimize* (mengoptimalkan) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar
- c. Mengetahui tahap *manage* (mengelola) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar

- d. Mengetahui tahap *engage* (melibatkan) dalam aktivitas *cyber pr* melalui Instagram @dispusipdajabar

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini bermanfaat khususnya mengenai aktivitas *Cyber Public Relations* yang memiliki banyak peran dalam bidangnya termasuk dalam mengelola media sosial dan menjadikan media sosial itu menarik sehingga publik tertarik untuk mengetahui pesan atau informasi yang disampaikan oleh lembaga kepada publik melalui 4 tahap yaitu *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), *engage* (melibatkan) melalui Instagram yang dilakukan Dispusipda Jawa Barat sebagai akun media sosial yang informatif.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat khususnya pada bidang *Public Relations* dalam melakukan aktivitas *Cyber Public Relations* pada sebuah lembaga untuk dapat mengelola, mengoptimalkan pesan yang disampaikan melalui media sosial serta memperhatikan aspek-aspek yang menjadi point penting dalam mengelola media sosial seperti memberikan pelayanan dan respon yang cepat agar terciptanya kesan yang baik dari publik pada lembaga.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Pemikiran Terdahulu

Peneliti melakukan analisis penelitian terhadap peneliti terdahulu yang membawa atau menggunakan tema sama untuk menjadi perbandingan antara peneliti terdahulu dengan peneliti yang sedang melakukan penelitian sekarang.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ari Rahma Citra (2021), skripsi mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra” penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif.

Hasil penelitian, peneliti tersebut membahas mengenai bagaimana seorang humas memanfaatkan pengelolaan media sosial untuk membangun citra pada lembaga Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo). Hasil dari penelitian ini juga menjelaskan bahwa Humas Diskominfo mengelola media sosial untuk membangun citra suatu lembaga dengan menyebarkan informasi yang diperlukan kepada masyarakat dan informasi tentang layanan masyarakat dari berbagai lembaga.

Pengelolaan Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dapat dikatakan kurang maksimal karena informasi yang diberikan kurang detail, sehingga analisis dilakukan melalui proses *Four Step PR* agar akun Instagram Diskominfo Kota Sukabumi dapat lebih optimal pengelolaannya hingga memberikan kesan citra yang baik.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Irma Kusuma Dewi & Kiayati Yusriyah (2021), jurnal Universitas Gunadarma Vol.4 No.1 dengan judul “Cyber Public Relations Dalam Akun Instagram @official_antam PT. Aneka Tambang Untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0” menggunakan pendekatan kualitatif metode studi deskriptif.

Hasil penelitian, Kegiatan *cyber pr* yang dilakukan Antam menggunakan analisis *7Cs PR of Communications* pada media sosial Instagram sebagai

salurannya dan menggunakan kalimat baku untuk menyampaikan pesan. Informasi yang dibagikan Antam melalui media sosial Instagram @official_antam berupa pengetahuan umum, peringatan hari besar, informasi perusahaan dan kegiatan CSR.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Bagas Aditama (2022). Skripsi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Sebagai Bentuk Kegiatan *Online Public Relations*” menggunakan pendekatan kualitatif metode studi deskriptif.

Hasil penelitian, peneliti membahas Humas Kantor Pengawasan dan Pelayanan Pajak Menengah dan Bea Cukai Cikarang menggunakan saluran media sosial Instagram dan YouTube untuk memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Pengiriman informasi dalam beberapa tahap dilakukan dengan menggunakan analisis konsep hubungan masyarakat *4 Step PR*. Hal ini dilakukan untuk memahami pengelolaan media sosial sebagai salah satu bentuk aktivitas humas online.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Anindita Susilo & Erlina Sari (2020), jurnal mahasiswa Universitas Mercu Buana Vol.8, No.1 dengan judul “Implementasi Program Cyber Public Relations PT. Kereta Api Indonesia Dalam Mengelola Informasi Publik di Media Sosial” menggunakan pendekatan kualitatif metode studi deskriptif.

Hasil penelitian, pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia memberikan informasi seputar layanan kereta api, layanan stasiun sampai event dan inovasi yang telah dilaksanakan, dan pada kesempatan tertentu melaksanakan *giveaway*. Pengiriman informasi dalam beberapa tahap

dilakukan dengan menggunakan analisis konsep hubungan masyarakat *4 Step PR*. Hal tersebut dilakukan sebagai penunjang kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi, membangun hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal, menciptakan *feedback* dari komunikasi yang terjalin dua arah dengan ikutserta berkontribusi membagikan informasi dan opini publik kepada organisasi, serta memberikan pelayanan kepada publik dan memberikan arahan pada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Risma Khotimah Risma, Erik Setiawan (2022), jurnal mahasiswa Universitas Islam Bandung, Vol.2, No.2 dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat” peneliti terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif dan menggunakan teknik wawancara sebagai sumber utama untuk memperoleh data.

Hasil penelitian, Humas Dinas Pendidikan Jawa Barat menggunakan Instagram sebagai media komunikasi dengan menggunakan 4 konsep Regina Luttrell yang menjelaskan bahwa *share, optimize, manage, dan enage* merupakan tahap dalam mengelola media sosial. Ada beberapa hal lainnya yang perlu diperbaiki, seperti *quick response*. Pengelola media sosial harus memperhatikan khalayak agar tidak menimbulkan tanggapan negatif dari masyarakat umum.

Keenam, penelitian dilakukan oleh Dea Cantika mahasiswi Ilmu Komunikasi konst. Hubungan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Aktivitas *Cyber Public Relations* Melalui Instagram Dinas

Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat”, penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas *cyber public relations* melalui Instagram @dispusipdajabar yang dilakukan oleh Humas Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat dilakukan melalui empat tahapan, yaitu; 1) *Share*, dengan partisipasi melalui konten relevan, koneksi dengan konten kekinian, dan membangun kepercayaan dengan informasi valid; 2) *Optimize*, dengan penggunaan tagar, mentions, dan mendengarkan serta memahami tren; 3) *Manage*, melalui media monitoring, respons cepat, dan interaksi real-time; 4) *Engage*, dengan konten kekinian dan giveaway buku untuk meningkatkan jangkauan dan engagement.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
Rahma Citra Ari (2021), skripsi mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra	Metode deskriptif pendekatan kualitatif	Memiliki persamaan pada metodologi dan subjek penelitian, yakni pengelolaan media sosial Instagram	Perbedaan terletak pada objek dan konsep yang digunakan, peneliti terdahulu menggunakan konsep <i>Four Step PR</i> . Sedangkan peneliti sekarang menggunakan model SOME dari Regina Luttrell	Humas Diskominfo Kota Sukabumi memanfaatkan pengelolaan media sosial untuk membangun citra pada lembaga Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo)

<p>Irma Kusuma Dewi1, Kiayati Yusriyah2 (2021), jurnal Universitas Gunadarma Vol.4 No.1</p>	<p><i>Cyber Public Relations</i> Dalam Akun Instagram @official_antam PT. Aneka Tambang Untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0</p>	<p>Metode deskriptif pendekatan kualitatif</p>	<p>Memiliki persamaan pada metodologi yang digunakan dan tema penelitian yang akan dibahas yakni bahas yakni <i>Cyber Public Relations</i> dalam media sosial Instagram</p>	<p>Perbedaan terletak pada teori yang digunakan. Peneliti terdahulu menggunakan teori 7Cs PR Communications dari Catlip, Center, Broom. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan model SOME dari Regina Luttrell</p>	<p>Kegiatan <i>cyber pr</i> yang dilakukan Antam menggunakan media sosial Instagram sebagai salurannya dan menggunakan kalimat baku untuk menyampaikan pesan. Informasi yang dibagikan Antam melalui media sosial Instagram @official_antam berupa pengetahuan umum, peringatan hari besar, informasi perusahaan dan kegiatan CSR</p>
<p>Bagas Aditama (2022). Skripsi Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung</p>	<p>Pengelolaan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Sebagai Bentuk Kegiatan <i>Online Public Relations</i></p>	<p>Metode deskriptif pendekatan kualitatif</p>	<p>Memiliki persamaan pada metodologi dan subjek penelitian, yakni pengelolaan media sosial Instagram</p>	<p>Perbedaan terletak pada objek dan konsep yang digunakan, peneliti terdahulu menggunakan konsep <i>Four Step PR</i>. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan model SOME dari Regina Luttrell</p>	<p>Humas Kantor Pengawasan dan Pelayanan Pajak Menengah dan Bea Cukai Cikarang menggunakan saluran media sosial Instagram dan YouTube untuk memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Pengiriman informasi dalam beberapa tahap dilakukan dengan menggunakan analisis konsep hubungan</p>

					masyarakat 4 <i>Step PR</i> . Hal ini dilakukan untuk memahami pengelolaan media sosial sebagai salah satu bentuk aktivitas humas <i>online</i>
Anindita Susilo1, Erlina Sari2 (2020), jurnal mahasiswa Universitas Mercu Buana Vol.8, No.1	Implementasi Program <i>Cyber Public Relations</i> PT. Kereta Api Indonesia Dalam Mengelola Informasi Publik di Media Sosial	Metode deskriptif pendekatan kualitatif	Memiliki persamaan terletak pada tema dibawa yakni samaan terletak pada tema dibawa yakni <i>cyber public relations</i>	Perbedaan terletak pada objek dan konsep yang digunakan, peneliti terdahulu menggunakan konsep <i>Four Step PR</i> . Sedangkan peneliti sekarang menggunakan model SOME dari Regina Luttrell	Pengelolaan media sosial Instagram PT. Kereta Api Indonesia memberikan informasi seputar layanan kereta api, layanan stasiun sampai event dan inovasi yang telah dilaksanakan, dan pada kesempatan tertentu melaksanakan <i>giveaway</i>
Risma Khotimah Risma1, Erik Setiawan2 (2022), jurnal mahasiswa Universitas Islam Bandung, Vol.2, No.2	Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat	Metode deskriptif pendekatan kualitatif	Persamaan terletak pada tema dan model yang digunakan yakni menganalisis pengelolaan media sosial Instagram dengan menggunakan model SOME dari Regina Luttrell	Perbedaan terletak pada objek yang akan diteliti	Humas Dinas Pendidikan Jawa Barat menggunakan Instagram sebagai media komunikasi dengan menggunakan 4 konsep Regina Luttrell yang menjelaskan bahwa <i>share, optimize, manage, dan enage</i> merupakan tahap dalam mengelola media sosial

Dea Cantika, Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.	Aktivitas <i>Cyber Public Relations</i> Melalui Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat	Metode deskriptif pendekatan kualitatif	Persamaan peneliti dengan 5 peneliti terdahulu yakni terletak pada tema yang digunakan yaitu <i>cyber public relations</i> dan metode yang digunakan metode kualitatif	Perbedaan peneliti dengan 5 peneliti terdahulu terletak pada objek yang akan diteliti dan tema, konsep yang digunakan	Humas Dispusipda Jabar melakukan aktivitas <i>cyber public relations</i> melalui Instagram dengan menggunakan model SOME melalui empat tahapan, <i>share, optimize, manage, dan engage.</i>
---	--	---	--	---	---

1.5.2 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan susunan rencana yang akan memberikan penjelasan untuk mempermudah penelitian. Menurut Sugiyono (2018:48) landasan teoritis merupakan alur logika atau penalaran yang merupakan seperangkat konsep, definisi dan proporsi yang disusun secara sistematis.

Landasan teoritis yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah *The Circular Model of Some* sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell. Model SOME ini dapat menjadi panduan khususnya bagi praktisi *public relations* dalam melakukan aktivitas *cyber public relations*. Model SOME memiliki 4 aspek yang sangat penting dengan bentuk yang melingkar dan saling berkaitan satu sama lain, hal ini karena media sosial dapat menciptakan suatu percakapan yang terus berkembang.



Gambar 1
The Circural Model of Some for Social Communication

Berdasarkan penjelasan latar belakang peneliti di atas, penelitian ini membahas pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Dispusipda Jabar dengan menggunakan model SOME dari Regina Luttrell yang dapat digunakan khususnya bagi praktisi public relations untuk memudahkan proses perencanaan komunikasi pada media sosial.

Model *The Circural Model of Some for Social Communications* berfokus pada perencanaan komunikasi dalam konteks media sosial. Konsep ini terdiri dari empat aspek dalam penelitian dan perencanaan media sosial, yaitu *share* (berbagi), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (melibatkan). Tahapan dalam model SOME berkaitan dengan kebutuhan penelitian dalam perencanaan komunikasi melalui media sosial. Konsep ini dapat menjadi titik awal bagi peneliti untuk memahami realitas dari fenomena terkait pengelolaan akun Instagram @dispusipdajabar. Selain itu, model SOME juga dapat memberikan gambaran bagi peneliti untuk dapat memahami dan melakukan kegiatan penelitian.

Peneliti melihat bahwa empat aspek dari SOME mendukung proses pengelolaan media sosial Instagram Dispusipda Jabar seperti aspek *share* yang menekankan pada penentuan target sasaran, aspek *optimize* yang menekankan pada pemahaman terhadap respon publik atas pesan yang disampaikan, aspek *manage* menekankan pada pelaksanaan komunikasi yang dilakukan secara *real time*, dan aspek *engage* yang menekankan pada keterlibatan publik untuk meningkatkan engagement media sosial Dispusipda Jabar. Keempat aspek dari model SOME ini akan membantu praktisi *public relations* dalam pengelolaan media sosial sebagai alat berinteraksi dengan publik.

The Circural Model of Some dijelaskan oleh Regina Luttrell dalam buku *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*. Berikut penjelasannya:

1. **Share (Membagikan)**

Tahap pertama, *share* lembaga menentukan media sosial yang akan digunakan untuk membagikan pesan dan bagaimana pesan tersebut dikemas. Menurut Luttrell (2014: 41) ada aspek penting yang perlu diperhatikan yakni *participate* (partisipasi), *connect* (terhubung), dan *build trust* (membangun kepercayaan).

Praktisi *public relations* harus menentukan target sasaran pesan yang akan disampaikan, penentuan target sasaran bertujuan agar sesuai dengan kriteria atau karakteristik yang diinginkan oleh lembaga. Sebuah lembaga pasti memiliki kriteria target sasaran pada saat akan melakukan pengaktifasian media sosial, lembaga akan terhubung langsung dengan publik pada saat pesan dikemas sesuai dengan yang sudah ditentukan.

Pengemasan sebuah pesan yang akan dibagikan tidak hanya sekedar pesan yang disampaikan melalui *platform social media* namun dapat membangun kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut.

Aspek *share* pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana sebuah pesan dikemas lalu dibagikan sesuai dengan target sasaran yang telah ditentukan oleh lembaga, bagaimana lembaga dapat terhubung dengan publik melalui pesan yang dibagikan, dan bagaimana lembaga dapat membangun kepercayaan publik terhadap pesan atau konten yang telah dibagikan.

2. Optimize (Mengoptimalkan)

Tahap *optimize* ini merupakan bagaimana sebuah pesan yang sudah dibagikan (*share*) kepada publik dapat dioptimalkan. Luttrell (2015: 42) menjelaskan dalam bukunya bahwa terdapat dua hal penting yang perlu diperhatikan setelah pesan dibagikan, yaitu *listen and learn* dan *take part in authentic conversations*. Sebuah pesan yang telah dibagikan akan memberikan feedback atau bentuk respon publik terhadap pesan tersebut dapat berupa respon negatif ataupun positif yang memiliki keterkaitan dengan lembaga yang bersangkutan. Tahap ini praktisi *public relations* harus mampu mendengarkan serta memahami mengenai respon yang diberikan publik terhadap lembaga yang telah disampaikan melalui media sosial.

Aspek *optimize* dalam penelitian ini untuk mengoptimalkan profil Instagram dan feeds Dispusipda Jabar, aspek ini juga mengharuskan sebuah lembaga untuk *listen and learn*. Aspek *listen and learn* dapat dilakukan dengan melakukan pemeriksaan pada kolom komentar dan direct message untuk membaca dan memahami respon yang diberikan oleh publik terhadap lembaga.

3. *Manage* (Mengelola)

Aspek *manage* dalam penelitian digunakan sebagai pemantauan media sosial Dispusipda Jabar. *Manage* atau mengelola merupakan tahap ketiga dari konsep *The Circural Model of Some for Social Communications*. Luttrell (2015: 43) menjelaskan bahwa ada 3 aspek penting yang harus diperhatikan dalam tahap ini, yaitu *media monitoring*, *quick responses*, dan *real time interactions*. Tahap ini, praktisi *public relations* harus melakukan media monitoring pada media sosial agar dapat memahami apa yang terjadi dan melakukan *fast respon* pada pesan yang masuk, baik melalui *direct message* ataupun pada kolom komentar.

Praktisi *public relations* harus melakukan komunikasi dengan waktu nyata atau *real time* seperti menggunakan fitur *live* pada Instagram dimana sebuah lembaga dapat berhubungan secara langsung dengan publik melalui kolom komentar dengan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh publik melalui kolom komentar pada fitur *live*.

Aspek *manage* dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Instagram Dispusipda Jabar melakukan pemantauan media sosial, merespon pesan dengan tanggap, dan melakukan *real-time* yang dilakukan oleh Dispusipda Jabar.

4. *Engage* (Melibatkan)

Tahap *engage* merupakan tahap dimana praktisi *public relations* harus melibatkan publik dengan menggunakan strategi komunikasi melalui media sosial. Menurut Luttrell (2015:44) aspek *engage* memiliki tiga hal penting yang perlu diperhatikan di dalamnya, yaitu *influence relations*, *where is the audience*, dan *how do I reach them*. Hal ini dilakukan bertujuan agar lembaga melibatkan publik

tertentu seperti *influencer* melalui media sosial untuk meningkatkan *engagement* di media sosial yang dimiliki oleh sebuah lembaga.

Tahap *engage* ini, praktisi *public relations* harus mengetahui dan memahami target sasaran komunikasinya, siapa yang akan dilibatkan melalui media sosialnya, serta bagaimana cara *influencer* dan publik dapat berpartisipasi pada media sosialnya.

Aspek *engage* ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana Dispusipda Jabar memahami target sasaran komunikasinya dengan memilih publik tertentu untuk memberi pengaruh sehingga publik ikut serta dalam media sosial Instagram Dispusipda Jabar.

1.5.3 Kerangka Konseptual

a. Media Sosial

Kehadiran media sosial di tengah masyarakat telah memberikan dampak dan manfaat yang signifikan. Media sosial juga membuat komunikasi dan mengirim pesan menjadi lebih cepat dan mudah. Adanya interaksi yang menghasilkan *feedback* menjadi hal baru dalam proses berkomunikasi di media sosial. Menurut Nasrullah (2017:11), Media Sosial merupakan salah satu jenis platform komunikasi yang berfokus pada keberadaan penggunaannya, menyediakan media untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Media sosial bertindak sebagai fasilitator *online* yang dapat memperkuat hubungan antar pengguna namun juga sebagai ikatan sosial yang menghubungkan mereka.

Public Relations Dispusipda Jabar menggunakan *platform* media komunikasi berbasis digital yang menggunakan jejaring internet untuk memperkuat hubungan

ikatan sosial dengan melakukan interaksi bersama khalayak melalui pesan yang disampaikan pada media sosial.

b. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat sebab memiliki kelebihan yang dapat dimanfaatkan, terutama di bidang humas. Instagram memiliki beberapa kelebihan dari sisi fitur yang dapat dimanfaatkan diantaranya Instagram memiliki filter foto, *instastory* foto/video/*only* teks, *highlight* yang berfungsi untuk menyimpan tayangan *instastory* yang sudah 24 jam lamanya dan apabila disimpan dalam *highlight* maka video ataupun foto tidak akan hilang selamanya selama akun Instagram masih ada.

Menurut Atmoko (2012:28) Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengunggah foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke *platform* media sosial lainnya.. Selain itu, Instagram juga merupakan sarana untuk berinteraksi dengan orang lain. Instagram dapat menghubungkan satu sama lain dengan jangkauan yang luas, dengan Instagram publik dapat berkomunikasi satu sama lain melalui kolom komentar ataupun pesan secara langsung (DM).

Media Instagram turut digunakan oleh praktisi *public relations* Dispusipda Jabar untuk membagikan informasi ataupun pesan kepada publik. Media Instagram memiliki akurasi kecepatan yang tinggi dalam menerima timbal balik, hal tersebut dapat berupa komentar ataupun pesan secara langsung melalui *direct message* (DM) Instagram.

c. *Cyber Public Relations*

Cyber Public Relations merupakan kegiatan *public relations* yang dilakukan dengan menggunakan jaringan internet. Menurut Onggo (2004:1) *Cyber Public Relations* merupakan inisiatif *public relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Seorang PR harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi secara cepat dengan menguasai media *online* yang lahir sebagai terobosan anyar dalam menyampaikan pesan atau informasi.

Cyber Public Relations memiliki fokus yang lebih spesifik pada interaksi dan komunikasi di *platform online* seperti media sosial, situs web, atau *platform* lainnya yang memfasilitasi adanya interaksi dua arah. Media sosial juga mencakup integritas teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan praktisi *public relations* melakukan secara interaktif dan langsung, sehingga dapat meningkatkan strategi konten, keterlibatan audiens, dan manajemen reputasi *online*.

Melalui kegiatan *Cyber Public Relation*, pekerjaan seorang PR memiliki efisiensi yang tinggi karena dapat membagikan informasi dengan sekali klik dan dapat berinteraksi langsung dengan publik. Kegiatan *Cyber PR* ini akan menjadi hal baru dalam bidang humas dalam membagikan pesan sebab pengirim pesan dapat menerima *feedback* secara langsung setelah pesan dibagikan.

Praktisi *Public Relations* di Dispusipda Jabar melakukan aktivitas *cyber public relations* dengan menggunakan media sosial khususnya Instagram dalam mengelola dan menyiarkan pesan ataupun informasi kepada publik.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada lokasi penelitian yang berada di Kantor Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat beralamat di Jalan Kawaluyaan Indah II No.4, Jatisari, Kec. Buah Batu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286. Fokus penelitian ini yakni Aktivitas *Cyber PR* Melalui Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan masalah atau trik konseptual yang memengaruhi cara memandang dunia dan mengambil keputusan. Hal ini menyoroti gagasan, ajaran, dan asumsi tertentu yang berfungsi sebagai landasan bagi pemahaman peneliti mengenai apa yang dibicarakan.

Konstruktivisme merupakan metode yang menekankan pada partisipasi aktif individu dalam menciptakan pengetahuan. Menurut Denzin & Lincoln (2018: 196-197) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme berorientasi pada pemahaman yang direkonstruksi mengenai dunia sosial, dibangun melalui pengalaman dan pemaknaan masyarakat. Hal ini menekankan bagaimana orang secara aktif mengembangkan pemahaman mereka tentang dunia sosial dibandingkan hanya menerima secara pasif, dengan demikian konstruktivisme menekankan bahwa pembelajaran ialah proses dinamis dalam membangun makna yang terkait erat dengan lingkungan sosial dan bukan hanya asimilasi fakta.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin mengetahui terkait fenomena pada penelitian ini mengenai aktivitas *cyber public*

relations Melalui Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat.

Pendekatan kualitatif ialah suatu metode penelitian yang merinci pemahaman mengenai konteks, makna, dan kompleksitas suatu fenomena. Menurut Creswell (2014:260) pendekatan kualitatif merupakan metode yang bertujuan untuk membentuk pernyataan pengetahuan dengan melibatkan partisipan secara aktif, di mana pengetahuan dibangun melalui gambaran yang diberikan oleh mereka yang terlibat dalam penelitian. Pendekatan ini mengedepankan konsep partisipatif, dimana pengetahuan tidak hanya diperoleh tetapi juga dikembangkan melalui penggunaan kontribusi tertulis dan masukan tidak terbatas dari individu yang menjadi subjek inti penelitian.

Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena tujuan utamanya adalah untuk mengobservasi keadaan yang terjadi di lapangan terkait pengelolaan media sosial Instagram pada akun @dispusipdajabar. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat memahami fenomena yang diteliti secara menyeluruh. Pendekatan kualitatif juga menjadi ciri sebuah penelitian untuk menganalisis fenomena dan dinamika instansi melalui hasil wawancara, sehingga peneliti akan mendapatkan pemahaman yang mendalam.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan proses mendapatkan data untuk kegunaan dan tujuan tertentu penelitian. Penelitian ini menggunakan dengan metode deskriptif dan menggunakan model SOME (*sharing, optimize, manage, engage*) yang digagas oleh Regina Luttrell untuk mengkaji Aktivitas *Cyber Public Relations* Melalui

Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat. Menurut Endraswara (2017:176) metode deskriptif kualitatif merupakan jenis metode yang digunakan dalam studi penelitian yang menggambarkan temuan penelitian melalui analisis tekstual. Metode deskriptif pendekatan kualitatif relevan digunakan untuk menganalisis fenomena sosial yang terjadi secara sistematis dan utuh berdasar pada penemuan-penemuan yang nyata.

Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti memilih menggunakan metode deskriptif karena metode ini relevan dengan penelitian untuk memahami fenomena terkait aktivitas *cyber public relations* melalui Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat dengan mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dari hasil penelitian yang diamati peneliti di lapangan tanpa adanya manipulasi atau rekayasa.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dan data akan diambil melalui akun Instagram resmi Dispusipda Jabar dan informan terkait untuk menjawab hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2016:14) data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar. Secara garis besar data penelitian kualitatif menekankan bahwa data kualitatif berisikan informasi verbal seperti teks, grafik, dan gambar, dapat disimpulkan bahwa data kualitatif mempunyai kualitas deskriptif, tidak dapat dikuantifikasi, dan lebih relevan dengan makna dan konteks.

Data kualitatif ini akan membantu peneliti untuk mendapatkan informasi dan data mengenai aktivitas *cyber public relations* melalui Instagram Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Barat.

b. Sumber Data

Sumber data mencakup seluruh unsur yang memberikan informasi terkait penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber datanya yaitu data primer dan data sekunder. Penjelasannya sebagai berikut:

b.1 Data Primer

Sumber data primer merupakan data penelitian yang diambil secara langsung dari pihak yang bersangkutan melalui metode dengan melakukan proses wawancara secara langsung, hasil survey, dan observasi. Menurut Sugiyono (2018:456) data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung melalui kegiatan wawancara, dimana sumber data ini diberikan langsung kepada pengumpul data. Data dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber objek penelitian dilakukan. Data primer memiliki keunggulan yang terletak pada keakuratan dan relevansi informasi karena diperoleh langsung dari sumbernya, sehingga data primer ini akan memberikan landasan yang kuat untuk membentuk pemahaman mendalam terhadap penelitian yang dilakukan.

Pengambilan sumber data primer dalam penelitian ini, peneliti mengambil hasil data secara langsung dari pihak internal atau pihak yang mengelola langsung terkait objek peneliti yakni Humas Dispusipda Jawa Barat yang mengelola akun media sosial Instagram @dispusipdajabar.

b.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis informasi yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Data tersebut dapat diperoleh dari sumber yang ada seperti dokumen, penelitian terdahulu, dan database yang ada. Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder merupakan jenis sumber data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data. Hal ini, data sekunder tidak memerlukan pengambilan data dari lapangan secara langsung, peneliti dapat melakukan pengambilan data dari data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang akan diteliti.

Data sekunder dalam penelitian ini, peneliti memilih sumber sumber resmi dalam pengambilan data seperti media sosial Instagram dan website resmi Dispusipda Jabar untuk melengkapi pra-data penelitian yang hasilnya dapat dipertanggungjawabkan sebelum melakukan wawancara atau observasi.

1.6.5 Penentuan Informan

Informan merupakan individu atau kelompok yang memberikan informasi kepada peneliti dalam konteks penelitian. Peran informan sangat penting dalam pengumpulan data kualitatif karena melakukan pengumpulan data secara langsung dengan informan dapat memberikan informasi yang detail dan kontekstual terkait topik penelitian.

Pemilihan informan didasarkan pada pemikiran bahwa peneliti menganggap informan adalah orang yang paling memahami masalah yang diteliti, karena hal tersebut terletak pada pentingnya hubungan antara informan dan pertanyaan penelitian. Kriteria pemilihan informan meliputi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti yang sesuai dengan keterkaitan dengan penelitian ini. Informan dipilih

sebagai individu yang dianggap paling mampu memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Proses penentuan informan, dibutuhkan individu yang secara langsung terlibat dengan pengelola media sosial, sebab melalui informan akan menjadi sumber data yang paling utama dan paling penting karena informan yang bersangkutan langsung akan lebih paham mengenai objek penelitian ini dan untuk pengumpulan data peneliti membutuhkan sekurang- kurangnya 3 individu yang bersedia untuk menjadi informan pada pengambilan data nanti.

Berikut di bawah ini adalah daftar nama informan yang akan diwawancarai oleh peneliti:

- 1) Informan adalah Kadiv Humas yang secara langsung atau tidak langsung pernah terlibat dalam pengelolaan media sosial Instagram @dispusipdajabar
- 2) Informan adalah humas/staff lembaga yang secara langsung atau tidak langsung pernah terlibat dalam pengelolaan media sosial Instagram @dispusipdajabar
- 3) Informan adalah humas/karyawan lembaga yang memiliki tugas seperti *content creator, editor, graphic designer*, atau admin yang secara langsung terlibat dalam pengelolaan media sosial Instagram @dispusipdajabar

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data memerlukan pendekatan yang sistematis dan strategis untuk memperoleh data yang konsisten dengan tujuan yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1) Wawancara Mendalam

Wawancara menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti. Menurut Yusuf (2014:372) wawancara merupakan suatu peristiwa atau proses interaksi antara pewawancara dengan narasumber atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung atau pertanyaan langsung mengenai subjek penelitian. Teknik pengumpulan data melalui wawancara merupakan metode interaktif untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Peneliti menggunakan teknik wawancara karena melalui proses ini peneliti dengan informan dapat mengkaji secara mendalam dengan mengajukan beberapa pertanyaan berdasarkan model SOME dari Regina Luttrell kepada informan mengenai pengelolaan Instagram yang dilakukan oleh Humas Dispusipda Jabar.

2) Observasi Parsitipan Pasif

Observasi partisipan pasif merupakan metode observasi yang dilakukan dengan memantau dan mengamati objek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2016:227) partisipatif pasif merupakan kondisi di mana peneliti hadir di lokasi kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak aktif terlibat dalam kegiatan tersebut. Hal ini peneliti berperan sebagai pengamat yang hadir secara fisik tetapi tidak ikut serta langsung dalam interaksi atau kegiatan yang sedang diamati.

Peneliti menggunakan teknik ini karena tidak terlibat secara langsung dengan kegiatan dan hanya mengamati serta mengkaji bagaimana pengelolaan media sosial Instagram Dispusipda Jabar dilakukan sebagai bentuk aktivitas *cyber public relations*.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang menggunakan penelitian kualitatif harus dimulai dari sejak awal penelitian. Data yang diperoleh harus segera dianalisis. Teknik analisis data dijelaskan menurut Creswell (2018:262) sebagai berikut:

1) Menyiapkan dan Mengolah Data

Tahap awal, peneliti mengumpulkan data primer dan sekunder mengenai pengelolaan media sosial di Dispusipda Jawa Barat melalui observasi partisipan pasif dan wawancara dengan pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial Instagram. Langkah selanjutnya adalah mengkategorikan dan menyusun hasil pengumpulan data dari wawancara dan observasi partisipan pasif untuk melihat data yang sesuai dan akurat dengan penelitian

2) Membaca Data Menyeluruh

Tahap kedua, peneliti mencermati data secara komprehensif dengan tujuan memberikan gambaran mengenai pengelolaan media sosial Instagram Dispusipda Jabar. Data ini diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial Instagram dan observasi partisipan pasif.

3) Membaca Deskripsi dan Tema

Tahap ketiga, peneliti menyusun secara detail proses pengembangan dari deskripsi partisipan sesuai tema utama yaitu *cyber public relations*. Deskripsi tersebut memuat gabungan berbagai informasi mengenai partisipan, lokasi, dan fenomena terkait pengelolaan media sosial Instagram Dispusipda Jabar.

4) Menyajikan Deskripsi dan Tema

Tahap akhir, peneliti memaparkan penjelasan dan tema terkait pengelolaan media sosial Instagram Dispusipda Jawa Barat yang diperoleh melalui wawancara dan observasi partisipan pasif dengan pihak terakit yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial Instagram. Informasi ini akan diintegrasikan ke dalam laporan penelitian kualitatif.



