

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan salah satu instansi pemerintah yang memiliki tugas utama dalam penyebaran informasi publik. Penjelasan tersebut sejalan dengan peraturan pemerintah Kota pada pasal 79 Peraturan Walikota Tasikmalaya nomor 40 Tahun 2016 salah satunya menjelaskan bahwa tugas pokok dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya adalah pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan komunikasi dan informatika statistik dan persandian.

Kegiatan penyebarluasan informasi pada dasarnya melibatkan dan memanfaatkan sarana media komunikasi terutama dalam lembaga pemerintah, hal tersebut bertujuan agar dalam praktiknya masyarakat sebagai publik dapat menerima informasi mengetahui, memahami bahkan mendukung setiap kebijakan dan program pemerintah, sehingga pelaksanaan publisitas dalam pelayanan informasi dan komunikasi publik dapat terpenuhi.

Media menjadi pusat terjadinya arus komunikasi yang perlu diperhatikan keberadaannya, peran media dalam arus komunikasi menjadi penting dalam melihat sasaran komunikasi yang terakumulasi dalam pelaksanaan publisitas. Media dapat membentuk opini publik dan persepsi masyarakat, oleh karena itu pemilihan media serta pengelolaan komunikasi yang tepat dan strategis diperlukan untuk mengoptimalkan pengaruh media dalam mencapai tujuan komunikasi dan mengendalikan opini publik.

Berdasarkan urgensi tersebut diatas maka menjalin hubungan dengan media menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh seorang *public relations* atau humas dalam mengendalikan penyebaran informasi terhadap masyarakat secara tepat dan efektif sebagai layanan informasi publik. Wardhani (2013:31) menjelaskan bahwa *media relations* merupakan kegiatan komunikasi *public relations* untuk menciptakan *mutual understanding* dengan media massa dalam rangka mencapai publikasi organisasi yang maksimal dan berimbang.

Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh praktisi humas dapat memastikan bahwa informasi publik disampaikan secara akurat, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Hal ini tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap satu lembaga melainkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam suatu kegiatan atau program tertentu. Menjalinkan hubungan yang baik dengan media merupakan strategi penting bagi praktisi humas dalam memastikan bahwa pesan-pesan pokok terkait kebijakan dan program pemerintah dapat disampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Diskominfo Kota Tasikmalaya melakukan aktivitas penyebaran informasi publik melalui berbagai macam strategi salah satunya yakni dengan memanfaatkan media massa. Berbagai macam jenis media digunakan diantaranya mencakup media cetak, media elektronik serta media *online*. Dalam mewujudkan peran dan fungsi Diskominfo Kota Tasikmalaya sebagai media informasi publik maka diperlukan langkah konkret dengan membangun kerja sama dan menciptakan hubungan baik yang saling memberikan timbal balik dengan media massa.

Kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Tasikmalaya meliputi data hasil liputan yang mencakup *release* berita dan foto kegiatan, serta video yang terangkum dalam program “SEDARI TASIK” (Sepekan dalam Berita Kota Tasikmalaya) menghimpun informasi berupa kegiatan dan perkembangan program pemerintah yang dirangkum selama sepekan. Kegiatan tersebut dipublikasikan melalui website *diskominfo.tasikmalayakota.go.id* serta berbagai media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter* dan *youtube*, hal tersebut sebagai implementasi terkait tugas dan fungsi yang dijalankan secara keseluruhan dan efektif agar penyebaran informasi dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat termasuk media massa.

Media menjadi pusat tersebarnya informasi publik serta memiliki kedudukan khusus di masyarakat sebagai penyebar informasi yang kredibel. Media massa merupakan salah satu lembaga informasi yang paling dipercaya oleh publik atau masyarakat (Sambo, 2019:4). Media massa dalam hal ini memiliki peran krusial dalam memastikan akses yang mudah dan tepat terhadap informasi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Hal ini tidak hanya memperkuat transparansi dan akuntabilitas pemerintah, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam proses pembangunan dan pengambilan keputusan yang memengaruhi kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini peran strategis Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya menjadi semakin penting dalam menyediakan saluran komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat.

Dinas Komunikasi dan Informatika dalam upaya memastikan bahwa informasi terkait kebijakan pemerintah dapat disampaikan dengan baik kepada

masyarakat maka melakukan kerja sama dengan berbagai pihak media. Berdasarkan data pra penelitian pada data pemutakhiran per 1 Desember 2023 menunjukkan bahwa terdapat 61 media cetak dan online, 9 radio swasta serta 8 stasiun TV lokal dan nasional yang melakukan kerja sama dengan Diskominfo Kota Tasikmalaya, data ini diperoleh dari data kemitraan Diskominfo Kota Tasikmalaya tahun 2023.

Wujud kerja sama yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Tasikmalaya dapat terlihat pada laman *wartatasik.com* pada Desember 2019 lalu, dalam unggahan tersebut Diskominfo Kota Tasikmalaya menggelar pertemuan dengan para media termasuk media cetak, media *online* serta media elektronik yang bertujuan untuk menjalin silaturahmi dan sinergitas dalam membangun kemitraan. Pembahasan yang diangkat pada pertemuan tersebut mengenai penguatan kerja sama dalam rangka mengelola informasi publik, Diskominfo Kota Tasikmalaya menilai bahwa peran serta media peran sangat berpengaruh terhadap pembangunan dan kemajuan Kota Tasikmalaya.

Dikutip dari laman website *fokusjabar.id* pada 20 Maret 2020, Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan pengoptimalan kemitraan dengan berbagai pihak media meliputi media *online*, media cetak dan elektronik yang membahas isu mengenai situasi tanggap darurat covid-19 di wilayah Kota Tasikmalaya. Media menjadi satu-satunya pusat informasi yang diandalkan masyarakat saat situasi darurat pandemi, tidak sedikit masyarakat mengalami kekhawatiran tinggi dan tekanan psikologis akibat situasi tersebut, sehingga Diskominfo Kota Tasikmalaya menghimbau agar seluruh media menyajikan pemberitaan positif untuk

memberikan dukungan dan optimisme masyarakat dalam menghadapi situasi pandemi covid-19. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk pengawasan dan perlindungan dari pemerintah Kota Tasikmalaya kepada masyarakat di situasi darurat tersebut.

Berita selanjutnya terdapat pada laman website *inilahtasik.com* yang terbit pada 1 September 2022, Diskominfo Kota Tasikmalaya mengadakan kegiatan Kemitraan dengan pemangku kepentingan termasuk pihak media untuk membahas berbagai isu terkini yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya diantaranya mengenai *Analog Switch Off* serta penyaluran bantuan *Set Top Box* dari pemerintah Pusat. Melalui kegiatan kemitraan tersebut diharapkan dapat disampaikan kepada masyarakat secara massif terkait kebijakan *Analog Switch Off*.

Dikutip dari laman website *tasikmalayakota.go.id* pada 8 Desember 2022 lalu, Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui Diskominfo Kota Tasikmalaya menerima Penghargaan dari Komisi Informasi Provinsi Jawa Barat sebagai Badan Publik Kategori Pemerintah Kabupaten/ Kota Informatif dalam Penganugerahan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Publik Tingkat Jawa Barat Tahun 2022. Kemudian di tahun sebelumnya, Pemerintah Kota Tasikmalaya meraih penghargaan sebagai Tokoh Literasi Digital Kabupaten/Kota Tahun 2021 Tingkat Jawa Barat.

Kegiatan Penganugerahan Keterbukaan Informasi Publik pada Badan Publik Tingkat Jawa Barat Tahun 2023, dikutip dari *jabar.antaranews.com* Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui Diskominfo Kota Tasikmalaya kembali menerima Penghargaan dari Komisi Informasi Provinsi Jawa Barat sebagai Badan

Publik Kategori Pemerintah Kabupaten/Kota Informatif. Melalui Penjabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) yang berada dibawah pengawasan Diskominfo Kota Tasikmalaya senantiasa melakukan pelayanan dan keterbukaan informasi secara efektif, efisien dan mudah.

Kegiatan dan penghargaan yang didapatkan oleh Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui Diskominfo Kota Tasikmalaya merupakan bukti keseriusan pemerintah dalam mengimplementasikan kebijakan melalui penyebaran informasi yang masif agar masyarakat dapat mengetahui sekaligus berperan aktif dalam program pemerintah.

Lembaga pemerintahan memiliki tujuan pokok dalam melaksanakan program dan kebijakan pemerintah sekaligus memastikan agar dapat tersampaikan kepada masyarakat, hal tersebut diperlukan adanya kerja sama dan membangun relasi dengan pihak media oleh setiap lembaga pemerintah salah satunya yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Tasikmalaya yang sejalan dengan peran strategisnya. Pengelolaan relasi dengan media diperlukan untuk meninjau berita yang muncul di media terkait eksistensi lembaga dan isu yang berkembang. Diskominfo Kota Tasikmalaya menyadari bahwa kedudukan media menjadi perhatian khusus dalam rangka membantu program dan kegiatan humas melaksanakan publikasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut mengenai aktivitas *media relations* pada Diskominfo Kota Tasikmalaya sebagai media informasi publik. Berbagai kegiatan kemitraan dan penghargaan menunjukkan adanya pengelolaan strategi *media relations* yang berjalan dengan baik

mengingat bahwa lingkup pemerintahan menjadi krusial dalam penyebaran informasi terkait kebijakan serta program pemerintah terhadap masyarakat, sehingga pada akhirnya menimbulkan rasa ingin tahu yang mendalam terkait aktivitas *media relations* yang dilakukan Diskominfo Kota Tasikmalaya.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti membatasi wilayah penelitian yang difokuskan pada bagaimana aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dalam tiga aspek yakni upaya mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan, maka terdapat fokus penelitian yang akan digunakan sebagai berikut :

1. Bagaimana aktivitas *media relations* Dinas Komunikasi dan informatika dalam upaya mengelola relasi dengan media?
2. Bagaimana aktivitas *media relations* Dinas Komunikasi dan informatika dalam upaya mengembangkan jaringan dengan media?
3. Bagaimana aktivitas *media relations* Dinas Komunikasi dan informatika dalam upaya implementasi strategi dengan media?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui aktivitas *media relations* Dinas Komunikasi dan informatika dalam upaya mengelola relasi dengan media.
2. Mengetahui aktivitas *media relations* Dinas Komunikasi dan informatika dalam upaya mengembangkan jaringan dengan media.

3. Mengetahui aktivitas *media relations* Dinas Komunikasi dan informatika dalam upaya implementasi strategi dengan media.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi sebagai studi kasus bagi mahasiswa dan peneliti ilmu komunikasi dalam memahami aktivitas *media relations* pada lingkungan pemerintahan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan teori dan praktik komunikasi mengenai *media relations*, komunikasi publik, serta strategi informasi pada lingkup pemerintah.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar untuk menjadi bahan perbandingan dalam aktivitas *media relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya dengan institusi serupa di daerah lain, hal tersebut dapat membuka peluang untuk mengembangkan kerangka kerja atau model baru yang dapat diterapkan di berbagai konteks pemerintah Kota.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian terhadap :

1. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya sebagai bahan evaluasi mengenai aspek-aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam strategi *media relations* sehingga dapat membantu meningkatkan efektivitas dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kapasitas dan keterampilan staf dalam mengelola hubungan media.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang bermanfaat bagi pembuat kebijakan publik dalam hal pengelolaan *media relations* di lingkungan pemerintah sehingga dapat menghasilkan kebijakan yang efektif dan responsif terhadap kebutuhan serta harapan masyarakat.

1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Studi literatur yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya diperoleh dari penelitian terdahulu yang menjadi langkah dasar dalam memulai sebuah penelitian. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan, perbandingan serta gambaran mengenai tema yang akan dikaji. Peneliti mendapatkan lima penelitian sebelumnya berupa jurnal dan skripsi yang memiliki relevansi dengan tema yang digunakan oleh peneliti.

Pertama, jurnal penelitian yang ditulis oleh Nurdiansyah dan Risma Kartika (2020) dengan judul “Penerapan *Media Relations* dalam Mempertahankan Reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui penerapan *media relations* dalam mempertahankan reputasi pada Kementerian Pertanian RI. Metode penelitian yang digunakan yakni analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan konsep yang digunakan pada penelitian ini yakni konsep *media relations* yang dikemukakan oleh Irintana sebagai landasan analisis mengenai penerapan *media relations* yang dilakukan pada Kementerian Pertanian Republik Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kementerian Pertanian RI mampu mempertahankan reputasinya di tengah terpaan isu negatif di masyarakat. Humas Kementerian Pertanian RI melakukan berbagai upaya dalam mempertahankan reputasinya dengan mengedepankan kejujuran dan keterbukaan informasi yang terimplementasi pada kegiatan konferensi pers terhadap dengan memberikan data dan fakta terkait isu negatif di masyarakat, selain itu humas Kementerian Pertanian RI melakukan beberapa strategi *media relations* lainnya yakni mengadakan kunjungan pers, peliputan kegiatan, membentuk Forum Wartawan Pertanian, media visit serta media *gathering*.

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Nadine Ilaf dan Satya Candasari (2022) mengenai “Strategi *Media Relations* PT XL Axiata Tbk Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Media Massa.” Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui strategi *media relations* yang dilakukan oleh PT XL Axiata Tbk dalam menjalin hubungan baik dengan media massa yang menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan model *two way symmetric communication* untuk menganalisis strategi yang dilakukan oleh humas PT XL Axiata Tbk dalam melakukan kegiatan *media relations*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan yang dilakukan PT XL Axiata Tbk dengan media terbentuk dengan baik melalui strategi *media relations* yang menghasilkan aktivitas mutual simbolisme dengan adanya kemitraan yang dapat saling menguntungkan satu sama lain. Melalui strategi yang dibangun pada akhirnya menghasilkan data publisitas yang tinggi dan bernilai positif yang terlihat pada kegiatan media monitoring PT XL Axiata Tbk.

Ketiga, jurnal penelitian yang ditulis oleh Feyza Syifa Ashila, Agus Naryoso dan Joyo Nur Suryanto Gono (2023) dengan judul “Analisis Strategi *Media Relations* PT Paragon Technology & Innovation Dalam Membangun Corporate Narrative”. Berdasarkan tujuannya penelitian tersebut dilakukan untuk menganalisis strategi *media relations* PT Paragon Technology & Innovation dalam membangun citra korporat. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan studi kasus dengan teknik analisis *pattern-matching* berdasarkan beberapa teori yang digunakan yakni Teori Stakeholder, Teori Manajemen Impresi, konsep corporate narrative dan, konsep publisitas.

Berdasarkan hasil penelitian dari Analisis Strategi *Media Relations* PT Paragon Technology & Innovation Dalam Membangun Corporate Narrative menunjukkan bahwa PT Paragon Technology & Innovation telah menerapkan strategi *media relations* yang komprehensif dalam membangun corporate narrative. PT Paragon Technology & Innovation membangun hubungan yang kuat dengan media melalui proses *pitching* yang relevan dengan audiens dan tujuan perusahaan. Implementasi program *media relations* dilakukan secara berkesinambungan dengan berbagai kegiatan diantaranya *amplification*, *press conference*, media visit, media *tour*, media *collaboration*, media *gathering*, dan *Fellowship* Jurnalisme Media.

Keempat, jurnal penelitian oleh Septiani Anugerah dan M.Subur Darajat (2021) mengenai “Strategi *Media Relations* Pemerintah Kabupaten Bandung dalam Menangani Krisis Pandemi Covid-19” yang dilakukan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut yakni kualitatif dengan metode studi kasus. Konsep yang

digunakan pada penelitian ini yakni 4 *step Public Relations* yang mencakup *research, planning, action and communication dan evaluation*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah-langkah pemerintah Kabupaten Bandung terhadap media yaitu melalui beberapa tahapan diantaranya persiapan internal dengan mempersiapkan undangan serta melakukan perencanaan dialog dan wawancara dengan narasumber. Kemudian mengenai tahapan pelaksanaan mencakup kegiatan monitoring media, publikasi dan melakukan analisis media. Pemerintah Kabupaten Bandung telah berhasil melakukan media partner dengan berbagai jenis media diantaranya terdiri dari media cetak, elektronik yang termasuk televisi dan radio serta media online yang sudah memiliki legalitas dan melembaga.

Kelima, skripsi yang ditulis oleh Muhammad Muksin Nurananda (2022) yang berjudul “Manajemen *Media Relations* dalam Meningkatkan Citra Positif (Studi di Bidang Humas Polda Jawa Barat).” Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menerapkan konsep strategi *media relations* yang dikemukakan oleh Yosel Iriantara tiga konsep strategi manajemen yang dalam melakukan hubungan dengan media yaitu mengelola relasi, mengembangkan strategi kebijakan dan mengembangkan jaringan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Bidang Humas Polda Jawa Barat melakukan kerjasama kemitraan dan mengelola relasi dengan media secara pribadi ataupun lembaga. Media yang bekerja sama dengan Humas Polda Jawa Barat meliputi perpaduan antara media cetak, media elektronik, dan media *online*

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Relevansi	Perbedaan
1.	As'ari Nurdiansyah dan Risma Kartika (2020) Jurnal	Penerapan <i>Media Relations</i> dalam Mempertahankan Reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Kementerian Pertanian RI melakukan berbagai upaya dalam mempertahankan reputasinya dengan mengedepankan kejujuran dan keterbukaan informasi yang terimplementasi pada kegiatan konferensi pers terhadap dengan memberikan data dan fakta terkait isu negatif di masyarakat, selain itu humas Kementerian Pertanian RI melakukan beberapa strategi media relation lainnya yakni mengadakan kunjungan pers, peliputan kegiatan, membentuk Forum Wartawan Pertanian, media visit	Penelitian ini memiliki tema yang sama yakni membahas mengenai <i>media relations</i> serta menggunakan konsep yang sama yaitu konsep <i>media relations</i> yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara	Perbedaan penelitian ini terletak pada objek yang ditelitinya. Penelitian ini dilakukan pada lingkup Kementerian Pertanian Republik Indonesia dan berfokus pada reputasi lembaga sedangkan penelitian yang akan diteliti yakni dilakukan pada lingkup Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya sebagai media informasi publik.
2.	Nadine Ilaf dan Satya Candasari (2022)	<i>Strategi Media Relations</i> PT XL Axiata Tbk Dalam Menjalinkan Hubungan	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan yang dilakukan PT XL Axiata Tbk dengan	Penelitian ini mengangkat tema yang sama yakni	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokus penelitian yakni penelitian ini

	Jurnal	Baik Dengan Media Massa		media terbentuk dengan baik melalui strategi media relations yang menghasilkan aktivitas mutual simbiolism dengan adanya kemitraan yang dapat saling menguntungkan satu sama lain. Melalui strategi yang dibangun pada akhirnya menghasilkan data publisitas yang tinggi dan bernilai positif yang terlihat pada kegiatan media monitoring PT XL Axiata Tbk.	mengenai <i>Media Relations</i>	dilakukan pada PT XL Axiata Tbk, sedangkan penelitian yang akan diteliti dilakukan pada lembaga kedinasan yakni Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya.
3.	Feyza Syifa Ashila, Agus Naryoso dan Joyo Nur Suryanto Gono (2023) Jurnal	Analisis Strategi <i>Media Relations</i> PT Paragon <i>Technology & Innovation</i> Dalam Membangun <i>Corporate Narrative</i>	Studi Kasus Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa PT Paragon Technology & Innovation telah menerapkan strategi media relations yang komprehensif dalam membangun corporate narrative. PT Paragon Technology & Innovation membangun hubungan yang kuat dengan media melalui	Tema yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tema yang sama yakni membahas mengenai <i>Media Relations</i>	Perbedaan terletak pada metode yang digunakan yakni menggunakan studi kasus sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode deskriptif

				<p>proses <i>pitching</i> yang relevan dengan audiens dan tujuan perusahaan. Implementasi program media relations dilakukan secara berkesinambungan dengan berbagai kegiatan diantaranya <i>amplification</i>, <i>press conference</i>, media visit, media tour, media collaboration, media gathering, dan <i>Fellowship</i> Jurnalisme Media.</p>		
4.	<p>Septiani Anugerah dan M.Subur Darajat (2021) Jurnal</p>	<p>Strategi <i>Media Relations</i> Pemerintah Kabupaten Bandung dalam Menangani Krisis Pandemi Covid-19</p>	<p>Studi Kasus Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa langkah-langkah pemerintah Kabupaten Bandung terhadap media yaitu melalui beberapa tahapan diantaranya persiapan internal dengan mempersiapkan undangan serta melakukan perencanaan dialog dan wawancara dengan narasumber. Kemudian mengenai tahapan</p>	<p>Tema yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tema yang sama yakni membahas mengenai <i>Media Relations</i></p>	<p>Perbedaan terletak pada metode yang digunakan yakni menggunakan studi kasus sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode deskriptif dan teori yang digunakan yakni penelitian ini menggunakan konsep <i>4 step Public Relations</i> sedangkan</p>

				<p>pelaksanaan mencakup kegiatan monitoring media, publikasi dan melakukan analisis media. Pemerintah Kabupaten Bandung telah berhasil melakukan media partner dengan berbagai jenis media diantaranya terdiri dari media cetak, elektronik yang termasuk televisi dan radio serta media online yang sudah memiliki legalitas dan lembaga.</p>		<p>penelitian yang akan dilakukan menggunakan konsep <i>strategi media relations</i>.</p>
5.	<p>Muhammad Muksin Nurananda (2022) Skripsi</p>	<p>Manajemen <i>Media Relations</i> dalam Meningkatkan Citra Positif (Studi di Bidang Humas Polda Jawa Barat)</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi manajemen media relations yang digunakan oleh Bidang Humas Polda Jawa Barat dalam membangun hubungan dengan media sebagai upaya membangun citra positif lembaga adalah dengan cara melakukan kerjasama kemitraan dan mengelola relasi dengan media secara</p>	<p>Penelitian ini mengangkat tema yang sama yakni mengenai <i>Media Relations</i> dan menggunakan teori yang sama yakni menggunakan konsep strategi <i>media relations</i>.</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokus yang ditelitinya yakni penelitian ini dilakukan pada Humas Polda Jawa Barat sedangkan penelitian yang akan diteliti dilakukan pada lembaga kedinasan yakni Dinas Komunikasi dan</p>

				<p>pribadi ataupun lembaga. Media yang bekerja sama dengan Humas Polda Jawa Barat meliputi perpaduan antara media cetak, media elektronik, dan media online dengan mempertimbangkan berbagai aspek penting seperti objektivitas, transparansi, akuntabel, dan partisipatif.</p>		<p>Informatika Kota Tasikmalaya.</p>
--	--	--	--	---	--	--------------------------------------

Tabel 1: Penelitian Terdahulu

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Prinsip dasar *media relations* yakni menjalin relasi dan komunikasi dengan media untuk kepentingan organisasi atau lembaga. Relasi yang baik menjadi dasar utama dalam praktik *media relations*, maka diperlukan langkah yang strategis untuk membangun komunikasi dan menjalin hubungan dengan pihak media. Aktivitas *media relations* dalam prakteknya menggunakan strategi yang merupakan sekumpulan kebijakan dan taktik untuk mencapai tujuan kegiatan *media relations* yang sejalan dengan tujuan organisasi atau lembaga. Konsep *media relations* sebagaimana yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara pada tahun 2008 meliputi tiga aspek diantaranya mengelola relasi, mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan.

Mengelola relasi merupakan hal yang fundamental dalam praktik *media relations*. Menjalinkan hubungan baik dan membangun komunikasi dengan media massa menjadi objek utama untuk mencapai komunikasi publik yang kuat dan stabil. Pada dasarnya, kebutuhan media massa merupakan informasi yang mengandung nilai berita atau informasi yang menarik perhatian khalayak yang bersumber dari lembaga atau organisasi. Menjalinkan dan mengelola relasi dapat dilakukan dalam dua bentuk yakni relasi profesional dalam bentuk tugas dan relasi personal atau pribadi.

Praktisi humas dalam membangun relasi salah satunya dengan membentuk tim media dalam menghadapi isu publik terhadap organisasi. Tim media dapat membentuk segmentasi khalayak media massa dengan membuat daftar media cetak, media elektronik dan media *online* dengan memperhatikan jenis khalayak

media, cakupan media hingga level media. Praktisi humas dalam hal ini menjadi penting dalam memberikan daftar kontak organisasi kepada wartawan dan media massa agar dapat memudahkan mereka dalam berkomunikasi dengan lembaga.

Langkah selanjutnya yang harus diperhatikan dalam kegiatan *media relations* adalah mengembangkan strategi relasi. Relasi yang telah terbentuk dan terjalin dengan baik dengan media perlu adanya pengembangan strategi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan melalui taktik yang dilakukan. Taktik merupakan serangkaian teknis yang rinci mengenai cara untuk mencapai tujuan lembaga atau organisasi. Taktik yang dibangun dalam menjalin hubungan dengan media dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti memahami karakteristik informasi yang dibutuhkan media, menggunakan berbagai cakupan media untuk penyampaian pesan dengan publik, melakukan monitoring isu sebagai bentuk pengawasan dan pengelolaan informasi yang disampaikan oleh media, melakukan keterbukaan informasi dengan menjadi sumber informasi yang handal dan lain sebagainya.

Public relations officer dalam hal ini perlu memperhatikan beberapa hal dalam mengembangkan strategi, diantaranya kekuatan dan kelemahan sumber daya organisasi atau lembaga, peluang dan ancaman publik eksternal, hal hal *principle* dalam *media relations* serta dimensi etis atau etika yang harus dijaga agar menciptakan hubungan yang bermutu dan melahirkan *mutual benefit*.

Kegiatan *media relations* dalam mengembangkan jaringan merupakan hal yang esensial. Membuka atau mengembangkan jaringan pada dasarnya merupakan upaya dalam membangun hubungan yang baik dengan media, salah satunya dengan menjalin relasi melalui organisasi profesi. Organisasi yang dipilih tidak terpaku

pada profesi kehumasan namun organisasi profesi media massa dan lainnya perlu menjadi perhatian. Mengembangkan jaringan tidak hanya secara langsung namun perlu adanya aktivitas pengembangan jaringan melalui dunia digital. Seorang *public relations* dapat memanfaatkan teknologi digital dengan membuka jaringan dan memelihara jaringan melalui media sosial.

Peneliti menggunakan konsep *media relations* yang dikemukakan oleh Yosol Iriantara untuk menganalisis implementasi strategi *media relations* pada Dinas Komunikasi dan Informatika dalam upaya penyampaian informasi publik. Konsep tersebut dinilai sesuai dengan fenomena yang akan diteliti dengan melihat data pra observasi dilapangan yang menekankan pada aspek strategi dalam menjalin hubungan dengan media.

1.6.2 Landasan Konseptual

1.6.2.1 Media Relations

Kegiatan *public relations* merupakan kegiatan komunikasi yang bersifat dua arah, hal ini menunjukkan bahwa sebuah organisasi atau lembaga harus dapat menerima informasi yang ditujukan oleh publik kepada organisasinya. *Media relations* dalam hal ini bukan hanya tentang bagaimana menggunakan media untuk membangun komunikasi publik namun dapat digunakan sebagai sarana dalam mendengarkan atau mengikuti apa yang dikomunikasikan oleh publik terhadap organisasi melalui media massa.

Media relations merupakan bagian dari aktivitas *public relations* eksternal yang berfungsi untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan media massa sebagai cara untuk berkomunikasi dengan publik. Tujuan

utamanya adalah untuk memastikan dan mengelola opini publik mengenai organisasi atau lembaga (Iriantara, 2008: 32).

Instansi atau perusahaan memerlukan media komunikasi sebagai sarana dalam mengembangkan relasi dengan publiknya, maka dari itu menjalin hubungan dengan media merupakan hal yang perlu diperhatikan. Media memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan khalayak luas yang mencakup publik lembaga atau organisasi. Berdasarkan uraian tersebut maka, *media relations* merupakan upaya sebuah lembaga dalam mengembangkan relasi strategis dengan publiknya.

Media relations sangat erat kaitannya dengan media komunikasi, hal tersebut dinilai sebagai sarana yang efisien dalam berkomunikasi dengan publik. *Media relations* memiliki fungsi taktis dan strategis yang meliputi manajemen informasi, *media monitoring* hingga manajemen isu terhadap lembaga (Syahputra 2019:5). Merujuk pada uraian tersebut, *media relations* seringkali bersinggungan dengan pemberian informasi atau tanggapan terhadap pemberitaan yang berkaitan dengan eksistensi lembaga kepada publik melalui media massa.

Merujuk pada penjelasan diatas, peneliti memandang bahwa praktik *media relations* sangat penting untuk dilakukan di sebuah lembaga, terutama pada lembaga yang memiliki peran khusus dalam melakukan penyebaran informasi. Diskominfo Kota Tasikmalaya sebagai lembaga yang khusus informasi publik perlu melakukan *media relations* untuk melakukan penyebaran informasi secara efektif, membangun citra lembaga yang baik, menghadapi krisis serta dapat memastikan bahwa kebijakan dan program pemerintah dapat disampaikan dengan baik kepada

masyarakat, sehingga pada akhirnya dapat menciptakan komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat.

1.6.2.2 Humas Pemerintah

Humas pemerintah merupakan salah satu bagian penting dalam tata kelola pemerintah. Peran strategis humas pemerintah menjadi ujung tombak dalam mengelola komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Ramdani (2022:2) menjelaskan bahwa humas pemerintah merupakan implementasi keputusan menteri komunikasi dan informatika Nomor 371/ KEP.M.KOMINFO/8/2007 mengenai kode etik Humas Pemerintah. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa humas pemerintah merupakan aktivitas lembaga dan/atau individu yang melakukan fungsi manajemen dalam melakukan kegiatan komunikasi dan informasi kepada publik termasuk pemangku kepentingan dan sebaliknya.

Humas dalam pemerintahan telah diatur berdasarkan peraturan formal yang menunjukkan bahwa humas pemerintah dalam prakteknya adalah menciptakan kegiatan komunikasi dan manajemen strategis. Komunikasi efektif mengenai kebijakan pemerintah dibangun untuk senantiasa menciptakan opini publik yang positif dan dukungan dari masyarakat atau pemangku kepentingan.

Humas pemerintah melakukan berbagai upaya untuk memastikan bahwa masyarakat mendapatkan informasi yang akurat dan relevan, sehingga membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Menurut Suprawoto (2018: 52) fungsi humas pemerintah adalah memenuhi hak masyarakat dalam memberikan pelayanan, informasi kegiatan serta program pemerintah. Humas pemerintah bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan, program,

dan kegiatan pemerintah kepada publik, termasuk penyebaran berita, pengumuman resmi dan informasi lainnya yang relevan dengan kepentingan publik. Berdasarkan hal tersebut, tantangan yang dihadapi oleh humas pemerintah dalam hal ini adalah mengelola krisis dan melawan disinformasi yang memerlukan strategi komunikasi efektif dan adaptif.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya pada bagian Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No.191, Sukamulya, Kec. Bungursari, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46151.

Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian berdasarkan tata pelaksanaan birokrasi yang mengatur pengelolaan dan pelayanan informasi dan komunikasi publik Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya yang bertanggung jawab sebagai media informasi publik yang relevan dengan objek yang akan dikaji dan dijadikan bahan penelitian.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian memerlukan dasar untuk menentukan cara pandang peneliti terhadap objek penelitian, validitas data serta bagaimana cara menafsirkan data tersebut. Paradigma yang jelas akan membantu mempermudah peneliti untuk tetap konsisten dalam proses penelitian dan hasil yang diperoleh. Paradigma pada dasarnya merupakan cara tentang bagaimana memandang suatu fenomena atau permasalahan dalam suatu penelitian.

Paradigma merupakan suatu pola, model atau cara pandang dalam memahami kompleksitas suatu fenomena yang dikonstruksikan berdasarkan realitas tertentu (Moleong 2013:49). Paradigma membantu peneliti untuk menafsirkan data penelitian yang dipilih berdasarkan tujuan penelitian. Paradigma dapat berfungsi sebagai pisau analisis dalam membantu memastikan penelitian yang dilakukan sesuai dengan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai cara pandang yang digunakan pada penelitian ini yang akan memudahkan peneliti dalam memandang realitas sosial yang dibangun sehingga metode dan objek akan lebih dipahami secara komprehensif. Paradigma konstruktivisme memiliki relevansi yang cukup erat untuk dapat memudahkan peneliti menganalisis proses *media relations* yang berlangsung pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif meliputi penelitian yang menyeluruh yang melibatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data yang diintegrasikan kedalam tulisan. Pendekatan tersebut, menggambarkan objek penelitian secara natural dan otentik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini berfungsi untuk mendeskripsikan secara komprehensif, rinci dan jelas mengenai kegiatan *media relations* yang berlangsung pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif berorientasi pada analisis dan penyajian fakta secara sistematis sehingga lebih mudah dalam menarik kesimpulan. Moleong (2007:6) menjelaskan bahwa metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan serta menjawab permasalahan secara rinci dan sistematis berdasarkan analisis pada suatu fenomena. Metode ini dinilai sangat relevan dengan pembahasan yang akan diteliti yakni berkaitan dengan gambaran fenomena sosial, melalui metode ini diharapkan memperoleh data dan fakta yang terperinci mengenai gambaran deskripsi proses *media relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Tasikmalaya pada bidang Informasi dan Komunikasi Publik.

1.7.4 Jenis dan Sumber data

1.7.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, jenis data tersebut digunakan karena relevan terkait permasalahan yang diambil oleh peneliti. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dalam memahami sebuah fenomena secara utuh dan keseluruhan secara deskriptif (Moleong: 2010:6). Jenis data kualitatif merupakan data yang fleksibel digunakan yang mencakup data literal atau non-numerik sehingga dapat memudahkan peneliti dalam pengambilan data karena akan berkaitan dengan penjabaran *media relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Tasikmalaya.

1.7.4.2 Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif mencakup kata kata, tindakan serta dokumen dan lain sebagainya (Moleong 2010:157). Sumber data yang

digunakan pada penelitian ini mencakup dua jenis sumber data, yaitu diantaranya sumber data primer dan sumber data sekunder. Tujuan dari adanya penggunaan sumber data tersebut yakni untuk memperoleh data yang lengkap guna memenuhi tujuan penelitian.

a) Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari hasil observasi di lapangan melalui wawancara dengan informan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini akan diambil dari hasil observasi melalui wawancara langsung dengan informan meliputi proses *media relations* yang dilakukan melalui peran PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi), manajemen *media relations*, yang akan diperoleh dari subjek penelitian yaitu pranata humas Diskominfo Kota Tasikmalaya.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan secara tidak langsung berdasarkan perantara atau dokumen tertentu. Menurut Sanusi (2014:104) data sekunder merupakan data yang sudah ada dan dikumpulkan oleh pihak tertentu. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini menggunakan studi kepustakaan seperti buku, jurnal, karya ilmiah, skripsi, dan sejenisnya berdasarkan tema penelitian yang diambil. Selain itu, data dapat diperoleh dari arsip dokumen Diskominfo Kota Tasikmalaya atau bahkan dari media sosial dan pemberitaan dari media massa.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam penentuan informan, teknik ini menunjukkan bahwa informan ditentukan secara langsung oleh peneliti berdasarkan tolak ukur tertentu dan kriteria yang sesuai dengan penelitian. Sugiyono (2011:53-54) mengemukakan bahwa *purposive sampling* merupakan sebuah metode yang digunakan dalam penentuan informan secara sengaja berdasarkan kriteria dan pertimbangan yang dinilai mampu memberikan informasi yang jelas dan spesifik.

Berdasarkan uraian diatas maka kriteria pemilihan informan dilihat dari pengalaman dan pengetahuan yang mendalam sekaligus pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan *media relations* yang dilakukan di Diskominfo Kota Tasikmalaya. Penentuan informan dengan purposive sampling dapat memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang komprehensif mengenai tema yang diteliti sesuai dengan tujuan penelitian.

Penentuan jumlah sampel penelitian yang dilakukan secara purposive sampling ditentukan atas dasar pertimbangan data dan informasi yang telah mencapai saturasi. Menurut Creswell (2013:185) saturasi terjadi ketika penelitian mencapai titik tidak ada pola baru yang muncul dari data tambahan. Saturasi merupakan keadaan dimana informasi baru atau temuan baru tidak akan muncul dan tidak akan menambah informasi yang signifikan bagi penelitian. Berikut beberapa informan yang akan terlibat langsung dalam penelitian:

1. Ketua Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) sebagai penanggung jawab kegiatan *media relations*.

2. Analis Hubungan Masyarakat Diskominfo Kota Tasikmalaya sebagai koordinator kerja sama media yang terlibat secara langsung dengan lembaga dan pekerja media.
3. Pranata Hubungan Masyarakat Diskominfo Kota Tasikmalaya sebagai ketua tim pengelola media.
4. Pranata Hubungan Masyarakat Diskominfo Kota Tasikmalaya pelaksana kegiatan PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) tim pelayanan informasi publik.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis yang dilakukan dalam penelitian dengan menerapkan langkah ilmiah untuk mendapatkan data yang sistematis kemudian dapat dianalisis secara komprehensif. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Creswell (2012:266) yang menjelaskan bahwa data yang diperoleh melalui pengumpulan data dapat mempermudah peneliti mendapatkan data sesuai dengan standar. Dalam upaya mendapatkan sumber data yang relevan, maka peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1.7.6.1 Wawancara

Peneliti menggunakan kegiatan wawancara sebagai salah satu cara dalam pengumpulan data. Kegiatan tersebut dilakukan secara sistematis dan terstruktur agar dapat menggali informasi secara mendalam yang berdasarkan hasil dari wawancara informan. Wawancara merupakan suatu bentuk percakapan yang dilakukan dengan melibatkan dua pihak yaitu *interviewer* atau pewawancara sebagai pihak yang bertanya dan *interviewee* yang memberikan jawaban atas

pertanyaan tersebut (Moleong 2006:186). Kegiatan wawancara merupakan kegiatan komunikasi yang melibatkan komunikator dan komunikan dengan rangkaian pertanyaan yang diajukan untuk mendapatkan timbal balik berupa jawaban atas pertanyaan yang ditanyakan.

Peneliti memilih wawancara sebagai teknik pengumpulan data agar mendapatkan data yang lebih mendalam dan kompleks mengenai strategi *media relations* yang dilakukan Diskominfo Kota Tasikmalaya yang dalam pelaksanaannya wawancara memiliki sifat luwes, fleksibel dan terbuka terlepas dari pedoman khusus wawancara agar dapat melihat permasalahan secara objektif dan menyeluruh.

1.7.6.2 Observasi Partisipasi Pasif

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini selanjutnya melalui observasi dengan tujuan agar memperoleh data yang faktual dan akurat. Menurut Bungin (2011:115) observasi partisipasi pasif merupakan sebuah metode observasi yang menempatkan peneliti dalam situasi pengamatan tanpa terlibat dalam kegiatan yang sedang berlangsung.

Peneliti menggunakan teknik ini karena tidak terlibat langsung dengan hanya mengamati dan menganalisis terkait upaya yang dilakukan oleh humas terhadap kegiatan *media relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya. Peneliti melakukan observasi terhadap website tasikmalayakota.go.id serta beberapa website media online yang berkaitan dengan kegiatan *media relations* di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya.

1.7.6.3 Dokumentasi

Metode penelitian dokumentasi mempermudah pengambilan data yang dapat diperoleh melalui arsip, email, surat dan lainnya, selain itu juga dapat meningkatkan kredibilitas penelitian berdasarkan sumber terpercaya dan relevan. Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi merupakan teknik yang digunakan dalam memperoleh data melalui laporan berupa arsip, dokumen, gambar dan angka mengenai informasi yang dapat menunjang objek penelitian.

Metode pengumpulan data melalui dokumentasi dapat menunjang hasil penelitian berdasarkan bukti konkret yang ada di lapangan. Dokumen dapat memberikan gambaran lengkap mengenai proses *media relations* yang dilakukan Diskominfo Kota Tasikmalaya sebagai upaya penyampaian informasi publik.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan sesuai fokus penelitian dan daftar pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang digagas oleh Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2015:246) yang meliputi tiga kegiatan yakni diantaranya :

a. Reduksi Data

Tahap pertama pada teknik analisis data yakni melakukan reduksi data yang mencakup proses pemilahan data yang bertujuan untuk menyederhanakan data sehingga dapat berfokus pada data pokok yang menunjang penelitian dan pengoptimalan pengambilan keputusan. Ardianto (2009:223) menjelaskan bahwa reduksi data merupakan serangkaian proses analisis data yang diperoleh

dari sumber data dengan memilih data yang dianggap penting dari hasil data yang ditemukan.

Reduksi data dapat membantu meningkatkan efisiensi analisis data dengan mengevaluasi atribut data yang tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap analisis data. Peneliti melakukan pengamatan data yang berkaitan dengan proses media relations yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tasikmalaya melalui pra observasi kemudian dilakukan analisis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan dengan mengintegrasikan teori yang relevan berdasarkan sajian fakta dan data dilapangan.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan susunan data yang disajikan secara sistematis agar dapat mudah dipahami sehingga mempermudah perumusan kesimpulan dari penelitian. Menurut Sugiyono (2015:249) penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat terbentuk dalam penyajian uraian singkat, bagan, *flowchart* dan lain sebagainya. Penyajian data dalam ranah kualitatif dapat berupa narasi, grafik, matriks ataupun bagan yang dirancang untuk menyajikan data berupa informasi yang diperoleh dari pengumpulan data.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Langkah akhir dari analisis data yang digunakan pada penelitian ini yakni meliputi tahap verifikasi atau penarikan kesimpulan dari data-data yang diperoleh dalam penelitian. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif berlandaskan pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang telah diajukan

	Revisi										
	Skripsi										

