

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program #GerakanMengajarDesa merupakan kegiatan gerakan yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang kurang berkembang dengan baik di daerah pedesaan di negara Indonesia. Gerakan mengajar desa ini, mengikutsertakan relawan generasi muda dalam kegiatan yang dilaksanakannya, seperti mengajar beberapa mata pelajaran yang diajarkan di sekolah, membantu para warga daerah dalam meningkatkan mata pencaharian, juga kegiatan pengabdian pada beberapa daerah terpencil yang akses pendidikannya terbatas. Relawan yang sudah terbentuk sejak didirikannya akun instagram @mengajardesa pada tahun 2018 ini sebanyak 10.000 *volunteers* dari 144 kota dan 30 provinsi di Indonesia.

Media sosial mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi pada era ini, dimana penyebaran informasi tersebut dapat tersebar dengan pesat dalam kurun waktu yang cepat. Kalangan anak muda ataupun dewasa pada era ini banyak menggunakan sosial media dalam kegiatannya sehari-hari khususnya instagram, dimana dalam penyajiannya instagram menyediakan fitur-fitur yang unik bagi para penggunanya seperti, *Instagram Snap Story*, *Reels*, Fitur Kuis dan *Polling* dalam *Snap Story* dan masih banyak lagi. Data Reportal (2022) menjelaskan bahwa pengguna instagram di negara Indonesia mencapai 99,15 juta pengguna dimana presentase pengguna instagram 52,3 % berjenis kelamin perempuan dan 47,7% pengguna berjenis kelamin laki-laki.

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang digandrungi dan banyak diminati oleh banyak kalangan pada saat ini, dari usia remaja maupun dewasa bahkan tak jarang *newborn* pun sudah dibuatkan akun instagram yang dikelola langsung oleh kedua orang tuanya. Instagram menjadi salah satu media sosial yang tingkat keamanannya tinggi, dimana adanya himbauan konten sensitif yang tidak dapat diakses bebas karna berisi konten sadis ataupun kekerasan. Instagram juga menyaring konten konten yang akan dibagikan melalui laman pencariannya tergantung dengan konten apa yang sering kita akses. Instagram juga menyaring konten yang akan dibagikannya sesuai dengan umur pengguna akunnya yang terdaftar saat kita membuat akun untuk pertama kalinya.

Rifandi dan irwansyah (2021 : 141) menjelaskan bahwa media sosial saat ini telah mengalami transformasi yang dapat berkontribusi lebih banyak kepada perkembangan *digital public relations*. Kegiatan *Digital public relations* dilakukan secara *online* melalui akun media sosial instagram yang setiap unggahanya dapat dilihat oleh publik, dimana pada kesempatan ini kegiatan kehumasan melalui media sosial yang berbasis online dapat menjadi langkah yang tepat untuk penyebaran informasi pada era modern ini.

Perkembangan teknologi yang pesat pada era ini membuat media sosial berkembang dengan cepat. Akses media sosial yang luas dapat dilakukan oleh semua kalangan, baik dari yang tua hingga yang muda, yang kecil hingga yang Dewasa, juga perempuan ataupun laki laki. Pada Oktober 2022 berdasarkan data *We Are Social* jumlah pengguna media sosial instagram di Indonesia

mencapai angka 93,6 juta pengguna dimana jumlah tersebut telah meningkat sebanyak 7% dibandingkan dengan setahun sebelumnya yang mencapai angka 91,01 juta pengguna media sosial instagram. Keuntungan dalam penggunaan media sosial pada era ini yaitu penyebaran informasi yang yang cepat dan dapat diketahui oleh publik, dan juga dapat terjalinnya hubungan komunikasi baik secara langsung ataupun tidak langsung melalui media *online* pada era ini.

Data observasi pra-penelitian pada akun instagram @mengajardesa memiliki pengikut sebanyak 50,6 ribu dan 552 postingan terhitung pertanggal 16 november 2023.

Berdasarkan hal tersebut, Instagram menjadi media yang lebih unggul dalam penyebaran informasi oleh akun @mengajardesa dibandingkan media lain yang juga dimiliki oleh Tim Mengajar Desa seperti *twitter*, *tiktok*, dan *youtube*. Instagram menjadi platform media sosial yang cukup menarik karna konten yang dibagikannya berupa foto dan juga vidio yang dapat dilihat oleh publik, juga fitur-fitur *terupdate* yang membuat instagram lebih menarik untuk digunakan.

Pada pemamparan latar belakang tersebut, menjadi alasan bagi peneliti untuk meneliti bagaimana pengelolaan pada akun media sosial instagram @mengajardesa melalui teori *The Circular Model Of SoMe For Social Communications*. Dengan adanya akun media sosial instagram @mengajardesa memudahkan kita untuk dapat mengakses informasi terkait

kegiatan apa saja yang dilakukan oleh para *Volunteers* dalam pengabdian yang dilakukan.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut dan pengamatan pada akun media sosial instagram @mengajardesa maka fokus penelitian ini adalah bagaimana Pengelolaan Media Sosial Instagram @mengajardesa. Dari fokus penelitian tersebut, maka terbentuklah beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tahap membagikan (*share*) konten melalui media sosial instagram @mengajardesa?
- 2) Bagaimana tahap mengoptimalkan (*optimize*) pengelolaan akun media sosial instagram @mengajardesa?
- 3) Bagaimana tahap mengelola (*manage*) akun media sosial instagram @mengajardesa?
- 4) Bagaimana tahap melibatkan (*engage*) publik dalam pengelolaan akun media sosial instagram @mengajardesa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, tujuan penelitian meliputi:

- 1) Mendeskripsikan Bagaimana tahap membagikan (*share*) konten melalui media sosial instagram @mengajardesa.
- 2) Mendeskripsikan Bagaimana tahap mengoptimalkan (*optimize*) pengelolaan akun media sosial instagram @mengajardesa.

- 3) Mendeskripsikan Bagaimana tahap mengelola (*manage*) akun media sosial instagram @mengajardesa.
- 4) Mendeskripsikan Bagaimana tahap melibatkan (*engage*) publik dalam pengelolaan akun media sosial instagram @mengajardesa.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat secara ilmiah dalam ilmu kehumasan terutama dalam bidang kajian digital *public relations*. Juga, penelitian ini dapat menjadi objek referensi untuk penelitian selanjutnya yang berfokus sama pada pengelolaan pada akun media sosial instagram @mengajardesa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit gambaran mengenai pentingnya peneglolaan akun media sosial instagram bagi perusahaan atau lembaga, sebagai pertimbangan dalam pengelolaan media sosial instagram untuk mengetahui kekurangan dan kelebihanannya.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang di lamprkan berisi tiga jurnal dan dua skripsi, digunakan untuk mencari perbedaan dan persamaan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian terdahulu.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fasya Al Rahmah, Hanny Hafiar, dan Heru Ryanto Budiana (2022:138), dengan judul **Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses *share*, Pemerintah Kota Cimahi tampaknya terkesan ikut-ikutan ketika menetapkan Instagram sebagai *platform* media sosial untuk menjalin hubungan dengan audiensnya. Dalam tahap *optimize*, Pemerintah Kota Cimahi mengirimkan dokumentasi kegiatan walikota dan SKPD, materi hari besar, dan materi trivia atau tips. Dalam tahap *manage, media monitoring* dilakukan dengan membuat laporan bulanan. Dalam tahap *engage*, Pemerintah Kota Cimahi belum menetapkan audiens khusus untuk media sosial.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Maya Retnasary, Sri Dewi Setiawati, Diny Fitriawati, dan Reddy Anggara (2019:81), dengan judul **Pengelolaan Media Sosial sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata**. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Penelitian menghasilkan dua kesimpulan. Pertama, struktur pesan konten *digital* disparbudkab.bdg adalah dengan melakukan observasi dan evaluasi objek wisata di kabupaten Bandung untuk membantu mereka menjadi lebih baik dan kemudian dievaluasi untuk menghasilkan objek wisata yang layak dan menarik perhatian ketika dibuat di media sosial instagram @disparbudkab.bdg. Kedua, disparbudkab.bdg dan timnya berhasil mengembangkan struktur pesan konten digital di Instagram dan platform media sosial lainnya melalui pengembangan konsep ide konten dan

rencana proses pembuatan konten, yang diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke kabupaten Bandung.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Anggita Sarasati, dan Retasari Dewi (2022:801), dengan judul **Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @pupukkujang sebagai Media Komunikasi PT Pupuk Kujang Cikampek (Persero)**. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Optimalisasi tahap *share* di akun Instagram @pupukkujang dengan meningkatkan partisipasi, konektivitas dan membangun kepercayaan. Tahap *optimize* dilakukan akun@pupukkujang secara manual, audiensi dilakukan dengan melakukan pengecekan fitur *hashtag* dan *mention*. Tahap *manage* diaplikasikan melalui *media monitoring* dengan membuat laporan bulanan sesuai dengan *creative content planner*. Tahap *engage* dioptimalikasikan akun @pupukkujang dengan memanfaatkan fitur *insight* yang disediakan Instagram.

Keempat, penelitian ini dilakukan oleh Zidan Addinul Akbar (2023:i), dengan judul **Pengelolaan Media Sosial Youtube Badan Pendapatan Daerah Jawa Barat sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif pada Akun Youtube @Bapendajabar)**. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial youtube Badan Pendapatan Daerah sebagai media informasi dan publikasi melalui empat aktivitas dengan tahapan membagikan, mengoptimalkan, mengelola, dan melibatkan.

Kelima, penelitian ini dilakukan oleh Nadlila Amalia (2023:i), dengan judul **Pengelolaan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi**

kepada Publik : Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @kominfo_pemkot_tsm. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi kepada publik yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Tasikmalaya selaras dengan konsep *The Circular Model of Some* yaitu tahap *share, optimize, manage, dan engage*.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Fasya Al Rahmah, Hanny Hafiar, dan Heru Ryanto Budiana (2022)	Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi	Hasil yang ditemukan pada penelitian ini, bahwa perubahan tren konsumsi informasi masyarakat mendorong pemerintah Kota Cimahi untuk berpartisipasi di media sosial. Instagram adalah platform yang paling populer dan membangun kepercayaan publik melalui konten informatif dan caption.	Persamaan penelitian terletak pada media yang digunakan yaitu instagram.	Perbedaan penelitian dapat terlihat dari objek fokus konten pada akun media sosial, dimana pada penelitian ini berobjek pada instagram @cimahikota, sedangkan peneliti berobjek pada instagram @mengajar desa
2.	Maya Retnasary, Sri Dewi Setiawati,	Pengelolaan Media Sosial sebagai Strategi Digital	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten media sosial memiliki peran	Persamaan penelitian terletak pada media yang digunakan	Perbedaan penelitian dapat terlihat dari objek fokus

	Diny Fitriawati, dan Reddy Anggara (2019)	Marketing Pariwisata	penting. Mengembangkan akun Instagram disparbudkab.bdg yang informatif dan persuasif. Hal ini tidak dapat dilakukan tanpa proses pembentukan konten yang terorganisir. Akun disparbudkab.bdg berhasil mengelola konten pariwisata di daerahnya berkat keterlibatan aktif pemerintah dengan ahli media sosial.	yaitu instagram.	konten pada akun media sosial, dimana pada penelitian ini berobjek pada instagram @disparbudkab.bdg, sedangkan peneliti berobjek pada instagram @mengajar desa
3.	Anggita Sarasati, dan Retasari Dewi (2022)	Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @pupukkuja ng sebagai Media Komunikasi PT Pupuk Kujang Cikampek (Persero)	Departemen Komunikasi Perusahaan PT Pupuk Kujang Cikampek dalam mengelola akun media sosial Instagram yang mencakup tahap <i>share</i> , tahap <i>optimize</i> , tahap <i>manage</i> dan tahap <i>engage</i>	Persamaan penelitian terletak pada Teori yang digunakan yaitu <i>The Circular Model Of SoMe For Social Communications</i> .	Perbedaan penelitian dapat terlihat dari objek fokus konten pada akun media sosial, dimana pada penelitian ini berobjek pada instagram @pupukkuja ng, sedangkan peneliti berobjek pada instagram

					@mengajar desa
4.	Zidan Addinul Akbar (2023)	Pengelolaan Media Sosial Youtube Badan Pendapatan Derah Jawa Barat sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif pada Akun Youtube @Bapendajabar)	Dengan menggunakan konsep <i>The Circular Model Of SoMe</i> dalam pengelolaan pada akun media sosialnya, yaitu dengan tahapan membagikan, mengoptimalkan, mengelola, dan melibatkan. Youtube @Bapendajabar telah melakukan pengelolaan media sosial pada akun Youtubanya.	Persamaan penelitian terletak pada Teori yang digunakan yaitu <i>The Circular Model Of SoMe For Social Communications</i> .	Perbedaan penelitian dapat terlihat dari media yang digunakan, dimana pada penelitian ini berfokus pada media youtube, sedangkan peneliti berfokus pada media instagram
5.	Nadlila Amalia (2023)	Pengelolaan media sosial Instagram dalam menyebarkan informasi kepada Publik : Studi deskriptif kualitatif pada akun Instagram @koinfo_pemkot_tsm	Dengan menggunakan konsep <i>The Circular Model Of SoMe</i> dalam pengelolaan pada akun media sosialnya, yaitu dengan tahapan membagikan, mengoptimalkan, mengelola, dan melibatkan. akun Instagram @koinfo_pemkot_tsm telah melakukan pengelolaan media sosial pada akun Instagramnya.	Persamaan penelitian terletak pada konsep yang digunakan yaitu konsep <i>The Circular Model Of SoMe For Social Communications</i> .	Perbedaan penelitian dapat terlihat dari objek fokus konten pada akun media sosial, pada penelitian ini berobjek pada instagram @koinfo_pemkot_tsm, sedangkan peneliti berobjek pada instagram @mengajar desa

1.5.2 Landasan Teoritis

1.5.2.1 *The Circular Model Of SoMe For Social Communications*

Regina lutrell mengemukakan teori *The Circular Model Of SoMe For Social Communications* yang mempunyai empat tahapan dalam kegiatan penegelolaan media sosial. Penelitian ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Lutrell bahwa, dalam kegiatan pengelolaan media sosial terdapat empat tahapan yaitu *share, optimize, manage, engage*.

1) *Share* (membagikan)

Partisipasi (*Participate*), Koneksi (*Connect*), dan Kepercayaan (*Build Trust*) merupakan tiga hal penting yang dikemukakan oleh Lutrell pada tahap *share* ini. Hadirnya media sosial di tengah kita membantu dan mempermudah penyebaran pesan atau informasi yang akan dibagikan. Praktisi PR penting untuk dapat berpartisipasi dengan baik dalam membagikan informasi, dimana penyebaran informasi ini tidak dilakukan sembarang, harus melalui media sosial yang mempunyai nilai *share* agar tercapainya pesan yang baik antara lembaga dengan publiknya.

2) *Optimize* (mengoptimalkan)

Listen, Learn, dan Take a Part in Authentic Conversations merupakan tiga hal penting yang dikemukakan oleh Lutrell dalam tahapan *optimize* ini. Mengoptimalkan pesan yang akan disampaikan menjadi hal yang penting dilakukan, mengingat reaksi publik yang akan diberikan setelah

pesan yang sudah dibagikan, maka dari itu pentingnya keikutsertaan dalam berinteraksi kepada publik, mendengarkan berbagai reaksi dari pesan yang telah dibagikan juga mempelajari dan memperbaiki kekurangan dalam penyampaian pesan yang dibagikan menjadi *point* penting yang mampu dilakukan oleh seorang praktisi PR.

3) *Manage* (mengelola)

Media Monitoring, *Quick Response*, dan *Real Time Interactions* merupakan tiga hal penting yang dikemukakan oleh Lutrell dalam tahap *manage* ini. Seorang praktisi PR penting untuk bisa mengelola komunikasi yang terjadi di media sosial. Interaksi yang dilakukan dengan publik harus terkelola dengan baik guna mencapai *feedback* yang baik.

4) *Engage* (melibatkan)

Influence Relations, *Where is The Audience*, dan *How do I Reach Them* merupakan tiga hal penting yang dikemukakan oleh Lutrell dalam tahapan *engage* ini. Praktisi humas mampu melibatkan publik dengan baik dalam bermedia sosial, agar terjalinnya hubungan komunikasi yang baik antara publik dan lembaga. Usulan, saran, pesan merupakan keterlibatan publik dalam merespon pesan yang telah di bagikan.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 Pengelolaan

Pengelolaan merupakan tahapan untuk dapat tercapainya sebuah tujuan. Perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan merupakan tahap dalam proses

pengelolaan itu sendiri. Perencanaan yang baik menjadi proses tahap awal dari proses pengelolaan ini, dilanjut dengan pelaksanaan kegiatan dari sebuah program kerja, dan tahap terakhir yaitu pengawasan untuk berjalannya kegiatan yang baik. Terry (2014:110) menjelaskan bahwa pengelolaan merupakan proses yang dapat mempengaruhi tindakan yang telah dilakukan suatu lembaga dalam hal perencanaan dan pengawasan untuk mencapai tujuan dari lembaga itu sendiri.

1.5.3.2 Digital Public Relations

Perkembangan teknologi yang pesat pada hari ini memudahkan kita dalam berkomunikasi atau kegiatan pertukaran informasi. Internet yang mudah di akses oleh publik menghadirkan adanya kegiatan digital *public relations* yang terjadi sekarang ini. Onggo (2004:156) menjelaskan bahwa digital *public relations* merupakan suatu kegiatan dalam bidang kehumasan, dimana praktisi PR melakukannya dengan mengakses internet dalam kegiatan publikasinya.

1.5.3.3 Media Sosial

Media sosial mempunyai berbagai fungsi dalam perannya. selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media sosial juga menjadi sarana untuk penggunaanya dalam menggali berbagai macam informasi. Media sosial memiliki peran dan dampak bagi publik, sehingga informasi yang akan dibagikan harus didesain sebaik mungkin agar dapat diterima dengan baik oleh publik dan media sosial tetap pada fungsi dan tujuannya yaitu memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu. Menurut Kotler dan Keller (2012:568)

menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* di mana pengguna dapat berbagi informasi termasuk teks, gambar, audio, dan video, dengan satu sama lain dan perusahaan lainnya.

1.5.3.4 Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang banyak di gandrungi oleh banyak kalangan pada saat ini, dimana dengan aplikasi instagram kita dapat membagikan foto ataupun video, didukung dengan fitur-fitur menarik yang setiap waktu terupdate seperti *instagram story*, *instagram live*, *instagram reel*, dan fitur menarik lainnya. Atmoko (2012:3) menjelaskan bahwa instagram merupakan layanan aplikasi yang ada dalam jejaring sosial dengan fotografi sebagai basisnya. Instagram digunakan untuk membagikan sebuah konten ataupun unggahan berupa foto dan video yang dapat dilihat oleh publik.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor sekretariat pusat Gerakan Mengajar Desa Indonesia yang berlokasi di Jl. Warungbitung Babakan sirna RT 002 RW 002 Sukajadi Campaka Cianjur 43263. Peneliti memilih penelitian di lokasi tersebut untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh akun instagram @mengajardesa.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma konstruktivistik merupakan paradigma yang digunakan pada penelitian ini. Paradigma konstruktivistik merupakan bagaimana cara pandang yang terbentuk dari realitas yang ada.

Paradigma konstruktivistik digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dikarenakan peneliti melihat bahwa akun instagram @mengajardesa aktif dalam menggunakan instagram untuk membagikan informasi kepada publik. Tujuan dalam penggunaan paradigma konstruktivistik dalam penelitian ini adalah untuk dapat menggambarkan bagaimana kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh akun instagram @mengajardesa sesuai dengan realitas yang ada.

Pendekatan deskriptif kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan pada penelitian ini. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa pendekatan deskriptif dilakukan untuk mengetahui suatu *variable* tanpa membuat sebuah perbandingan dengan *variable* yang lain. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan fenomena dan menggambarkan sebuah data melalui kata kata dan bukan menggunakan angka. Wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi menjadi hasil dari data yang telah didapatkan pada penelitian ini.

Pendekatan kualitatif yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan data yang telah diperoleh di lapangan oleh peneliti kepada publik mengenai kegiatan pengelolaan media sosial pada akun instagram @mengajardesa.

1.6.3 Metode Penelitian

Studi deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Sugiyono (2014:21) Metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menjelaskan suatu objek penelitian melalui pengumpulan sebuah data. Alasan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif tersebut pada penelitian ini, dikarenakan metode deskriptif kualitatif menjelaskan sebuah fenomena yang ada dan terjadi melalui data yang di telah dikumpulkan di lapangan.

Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan dengan baik mengenai kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh akun instagram @mengajardesa.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Pendekatan kualitatif menjelaskan dan mendeskripsikan sebuah fenomena yang terjadi dari realitas yang ada. Pendekatan kualitatif ini tidak memerlukan dan menggunakan angka dalam pengisian datanya, dan dalam pengumpulan data pada penelitian terkait pengelolaan media sosial instagram @mengajardesa ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan analisis data perusahaan. Jenis data kualitatif tersebut, memungkinkan peneliti untuk menjelaskan dan mendeskripsikan fenomena pengelolaan media sosial instagram @mengajardesa dengan memperhatikan aspek yang dikemukakan

oleh Lutrell mengenai Empat tahapan dalam pengelolaan media sosial yaitu share, optimize, manage, engage.

1.6.4.2 Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu:

1) Sumber Data Primer

Sumber Data Primer dalam penelitian ini adalah tim admin akun instagram @mengajardesa yang bertugas aktif pada pengelolaan media sosial instagram.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder merupakan sumber data tambahan dalam penelitian ini yang diperoleh dari pihak selain tim admin instagram @mengajardesa, data yang telah diperoleh nantinya sebagai data pelengkap pada penelitian ini.

1.6.5 Informan

Peneliti menetapkan informan dilihat dari beberapa aspek untuk menjadi pertimbangannya, seperti informan yang paham mengenai kegiatan pada pengelolaan media sosial instagram @mengajardesa dan juga yang berkontribusi aktif dalam pengelolaan tersebut.

Pemilihan informan seperti tim admin dari akun instgram @mengajardesa yang pastinya memiliki peran aktif pada proses pengelolaan akun tersebut, juga keterlibatan pengurus atau petinggi dari tim gerakan mengajar desa itu sendiri.

1.6.6 Pengumpulan Data

1.6.6.1 Wawancara

Wawancara menjadi salah satu teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti menggunakan wawancara mendalam pada proses wawancara kepada informan guna mendapat data berupa penjelasan mengenai proses pengelolaan media sosial instagram @mengajardesa. Wawancara dilakukan oleh peneliti kepada tim admin instagram @mengajardesa. Tujuan peneliti menggunakan wawancara mendalam kepada tim admin @mengajardesa untuk mengetahui penjelasan dan mendapatkan data mengenai pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh akun instagram @mengajardesa.

1.6.6.2 Observasi

Peneliti melakukan pengamatan pada akun instagram @mengajardesa, dalam observasi yang dilakukan peneliti berfokus pada aktivitas pengelolaan media sosial pada akun tersebut. Sugiyono (2018:229) observasi merupakan kegiatan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri spesifik di bandingkan teknik pengumpulan data lainnya.

Observasi partisipatorik dilakukan oleh peneliti, dimana dalam kegiatan observasi ini peneliti tidak terjun langsung ke lapangan melainkan melakukan pengamatan dan analisa pada aktivitas instagram @mengajardesa dalam pengelolaan media sosialnya.

1.6.6.3 Studi Dokumentasi

Dokumentasi menjadi salah satu kegiatan dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Sugiyono (2018:476) menjelaskan bahwa gambar, tulisan, buku, dan suatu keterangan dapat menjadi suatu data yang dapat menunjang penelitian.

Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan data yang nantinya akan di analisis. Data yang diperoleh berupa hasil foto, teks, dan lainnya dapat menunjang penelitian yang dilakukan.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Pada tahapan teknik analisis data ini, peneliti menggubakan tahap analisis data model Miles dan Hubeurman, dimana terdapat 3 tahapan, yaitu:

1) Reduksi Data

Hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan dapat menghasilkan suatu data penelitian. Data yang telah diperoleh selanjutnya akan peneliti bagi pada beberapa bagian data, dan peneliti akan memfokuskan pada data yang terkhusus mengenai pengelolaan media sosial instagram @mengajardesa. Peneliti menggunakan reduksi data pada penelitian ini dengan cara merangkum data yang diperoleh melalui hasil wawancara yang dilakukan kepada informan @mengajardesa sesuai dengan konsep *The Circular Model Of SoMe*.

2) Penyajian Data

Penyajian data digunakan untuk menyatukan data-data yang telah diperoleh agar dapat dipahami dan dianalisis. Penyajian data dapat memudahkan dalam memahami maksud dan tujuan dari kegiatan pengelolaan media sosial instagram @mengajardesa. Penyajian data yang dilakukan oleh peneliti berbentuk naratif.

3) Kesimpulan

Wawancara dan observasi merupakan data yang diperoleh pada penelitian ini. Pengambilan kesimpulan didapat melalui kegiatan wawancara kepada informan terkait Pengelolaan media sosial instagram @mengajardesa dengan memperhatikan aspek mengenai Empat tahapan dalam pengelolaan media sosial yaitu *share, optimize, manage, engage* yang jawabannya telah melalui tahap reduksi data dan penyajian data yang akan menghasilkan kesimpulan.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pengujian kredibilitas data adalah bagian dari pengujian validitas dan realibilitas. Hasil penelitian harus akurat dan memberikan keyakinan kepada pembaca dengan menggunakan metode penentuan keabsahan data. Untuk menguji kredibilitas data dalam penelitian kualitatif ini, model Triangulasi digunakan. Creswell (2017: 269) menjelaskan bahwa triangulasi digunakan untuk memeriksa data yang dihasilkan melalui sumber yang telah ditentukan. Untuk menghasilkan hasil yang akan disajikan, model Triangulasi digunakan untuk melihat fenomena dari

berbagai sumber termasuk wawancara, observasi partisipasi pasif, dokumen, serta data yang ditemukan dari berbagai sudut pandang.

Triangulasi data dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas suatu data dengan melakukan pengecekan pada data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti arsip, hasil wawancara dengan Informan, dan dokumen lainnya. Informan dalam penelitian ini yaitu pengelola media sosial aktif instagram @mengajardesa.

2) Triangulasi Metode

Triangulasi metode untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan memeriksa data dari sumber yang sama dengan berbagai metode, seperti data yang diperoleh dari hasil observasi dan kemudian diperiksa melalui wawancara. Peneliti melakukan observasi untuk melihat bagaimana kegiatan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh akun instagram @mengajardesa. Peneliti juga melakukan kegiatan wawancara untuk mendapatkan data yang valid bersumber langsung dari pengelola akun media sosial instagram @mengajardesa.

3) Triangulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh peneliti melalui kegiatan wawancara dilakukan secara

berkala. Dilakukan pada siang hari dan malam hari ketika informan mempunyai waktu luang, sehingga wawancara dapat berjalan dengan efektif.



1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 2.1 Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Okt 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024
Tahap Pertama: Observasi lapangan dan pengumpulan								
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								

