

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Digital public relations* merupakan bentuk dari munculnya media baru yang mencakup praktik-praktik media yang menggunakan teknologi digital dan komputer. *Digital public relations* atau biasa disebut juga *Cyber Public Relations* merupakan kegiatan PR yang berhubungan dengan media, komunitas, dan publik yang ada di dalam situs-situs internet. PR biasanya menggunakan media online sebagai sarana publisitas dan penyebaran informasi kepada publiknya seperti Instagram, Youtube, Tiktok, Facebook, *website*, dan media online lainnya mengingat popularitas penggunaan media sosial di zaman sekarang ini sangat meningkat.

Media internet salah satunya yang populer di kalangan masyarakat adalah Instagram. Dari Instagram seorang PR tidak hanya dapat membangun kepercayaan dan menjalin hubungan dengan pihak eksternal tetapi dapat mem-*branding* suatu produk, perusahaan atau lembaga dengan menyebarkan informasi dan hal-hal positif mengenai kegiatan atau program yang dijalankan. Hal ini akan berpengaruh terhadap nama baik atau reputasi lembaga yang dibangun. Media sosial menjadi sebuah wadah sebagai bentuk komunikasi yang interaktif dengan publik melalui media online.

Ketertarikan atau fenomena dalam *Digital public relations* dapat merujuk pada berbagai aspek, tergantung pada konteksnya. Salah satu dasar ketertarikan utama *Digital public relations* adalah kemampuannya untuk berinteraksi langsung dengan

audiens secara *real-time* melalui *platform* media sosial, *email*, atau saluran digital lainnya. Ini memungkinkan *PR* untuk merespons umpan balik dan kebutuhan pelanggan secara cepat dan efisien. Dalam era digital, *PR* dapat memantau dan menganalisis data dengan lebih baik untuk memahami perilaku audiens, tren, dan sentimen *online*. Ini memungkinkan *PR* untuk membuat strategi yang lebih efektif dan responsive terhadap dinamika pasar dan opini publik.

Berdasarkan data pra penelitian, jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022 mencapai 191,4 juta yang dimana angka ini meningkat 21 juta atau 12,6% dari tahun 2021. Dari jumlah pengguna media sosial di Indonesia ini maka menyebarkan informasi dan publikasi menggunakan sosial media yang dilakukan oleh seorang *PR* dapat dibaca dan tersampaikan kepada publik yang cukup meluas dikarenakan jumlah pengguna internet di Indonesia sangat banyak dan meningkat pada Januari 2022. Peningkatan pengguna media sosial di Indonesia ini membuat penyebaran informasi yang semula dari media cetak ke media online menjadi sangat efektif karena jangkauan publik yang semakin luas.

Berdasarkan data pra penelitian, Instagram merupakan media sosial yang paling populer dan paling banyak digunakan oleh masyarakat peringkat ketiga dengan jumlah pengguna 99,15 juta orang pada tahun 2022 dengan audiens pengguna perempuan sebanyak 52,3% dan audiens pengguna laki-laki sebanyak 47,7%.

Dari banyaknya pengguna media sosial di Instagram maka penyebaran informasi melalui Instagram akan sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi. Fitur dari Instagram yang sangat berfungsi tidak hanya

berupa foto namun juga bisa berbentuk video, cerita, *reels*, komentar, fitur menyukai, menyimpan dan lain sebagainya. Masyarakat pun akan bisa menilai dan berkomentar terkait dengan informasi yang disebarakan melalui Instagram.

Selain itu, masyarakat juga bisa saling berinteraksi langsung dengan admin yang mengelola akun lembaga tersebut jika dirasa informasi yang disebarakan kurang jelas. Penggunaan Instagram sebagai media penyebaran informasi publik membuat praktisi PR cukup peka dan mulai mengikuti perkembangan zaman dengan mengelola akun Instagram sebagai media penyebaran informasi pada suatu lembaga atau instansi.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari akun Instagram resmi @halosumedang\_, dapat dilihat bahwa total pengikut dari akun Instagram @halosumedang\_ sampai saat ini mencapai 17,9 ribu pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 5.205 postingan.

Berdasarkan data pra penelitian, konten yang menarik secara visual cenderung memiliki foto atau video yang estetis dan menarik perhatian. Pengguna Instagram sering tertarik pada konten yang memiliki kualitas gambar atau video yang tinggi, menggunakan filter atau efek kreatif, dan memiliki komposisi visual yang menarik. Misalnya, dikutip dari Instagram @halosumedang\_, masyarakat kota Sumedang cenderung lebih menyukai konten Instagram yang membahas sisi lain dari acara yang normatif dan isu-isu terkini, karena konten tersebut lebih mudah diterima dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat kota Sumedang.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa penyebaran informasi yang dilakukan oleh @halosumedang\_ sudah cukup banyak dan bervariasi. Masing-masing

kegiatan serta informasi penting yang dibutuhkan masyarakat akan di posting di media sosial Instagram @halosumedang\_.

Banyaknya pengikut yang ada di akun @halosumedang\_ juga menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang ingin tahu tentang informasi yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat daerah Kabupaten Sumedang. Respon yang diberikan oleh publik terhadap penyebaran informasi yang dilakukan oleh Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang sangat bervariasi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya akun Instagram @halosumedang\_ dapat menjadi tempat berinteraksi dari lembaga kepada masyarakatnya dengan membalas *direct message* atau melalui kolom komentar yang ada.

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari akun resmi @halosumedang\_, awal mula postingan dari akun @halosumedang\_ ini adalah pada tahun 2017 dengan pengelolaan konten yang masih sederhana dan informasi yang disebar tidak sebanyak pada saat ini. Seiring berjalannya waktu, terutama pada saat Indonesia terkena pandemi covid-19 dan semua aktivitas yang dilakukan serba online, akun Instagram @halosumedang\_ mulai banyak menyebarkan informasi terkait dengan kegiatan yang dilakukan dan dengan pengelolaan konten yang rapih, menarik, serta informatif sehingga masyarakat yang melihatnya semakin ingin tahu terkait dengan perkembangan lembaga tersebut. Hal ini didasari dengan adanya kesadaran mengenai pentingnya media sosial sebagai wadah untuk *mem-branding* sebuah lembaga atau instansi di mata publiknya. Praktisi PR harus dapat bersaing dan mempelajari perkembangan media digital yang semakin berkembang dalam membuat strategi komunikasi yang efektif dan efisien.

Adanya pengelolaan sosial media membuat akun @halosumedang dioptimalkan agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan padat dan jelas. Akun @halosumedang\_ menyebarkan informasi melalui berbagai macam bentuk konten baik itu berbentuk foto, video, maupun *reels* Instagram. Adanya pengoptimalan informasi yang disebar akan berpengaruh terhadap kualitas konten yang semakin kreatif dan informatif. Semakin berkembangnya akun @halosumedang sebagai salah satu sosial media yang interaktif sangat berpengaruh terhadap *followers* Instagram yang juga kian melonjak.

Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang adalah salah satu instansi pemerintah yang terletak di Jawa Barat yang memiliki beberapa unit bagian salah satunya adalah bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim). Protokol dan Komunikasi Pimpinan merupakan salah satu bagian dari kesekretariatan Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang yang bertugas sebagai pengorganisasian pelaksanaan tugas perangkat daerah, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah di bidang protokol, serta komunikasi pimpinan dan dokumentasi. Salah satu tugas yang dijalankan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan adalah mengelola seluruh media sosial yang dimiliki oleh Pemkab Sumedang dalam *branding* pimpinannya.

Kabupaten Sumedang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Barat. Kabupaten Sumedang ini terdiri atas 26 kecamatan. Dari banyaknya penduduk yang ada di Kabupaten Sumedang maka penyebaran informasi pun harus merata agar apa yang disampaikan dan dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang dapat diketahui oleh seluruh publik baik itu publik internal maupun

publik eksternal. Penyebaran informasi yang dilakukan dapat membuat masyarakat mengetahui proses yang dilakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang khususnya kegiatan pimpinan Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang. Adapun salah satu media yang digunakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang untuk menyebarkan informasi dan komunikasi publik adalah Instagram dengan nama pengguna @halosumedang\_.

Dengan adanya pengelolaan Instagram @halosumedang\_ sebagai media komunikasi publik maka akan menambah kepercayaan publik kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengelolaan Instagram @halosumedang\_ Sebagai Bentuk Kegiatan *Digital public relations* Studi Deskriptif Kualitatif pada Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang”**.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dan dari data pra penelitian yang didapat dari wawancara dan pengamatan pada Instagram @halosumedang\_, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang mengelola akun Instagram sebagai media digital yang dijalankan dalam memberikan informasi terkait kegiatan Bupati dan Wakil Bupati setiap harinya.

Dari fokus penelitian tersebut, maka terbentuklah pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya memberikan (*share*) informasi kepada publik audiens melalui Instagram @halosumedang\_?

2. Bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya mengoptimalkan (*optimize*) informasi yang ditargetkan kepada publik audiens melalui Instagram @halosumedang\_?
3. Bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya mengelola (*manage*) Instagram @halosumedang\_ untuk memberikan informasi kepada publik audiens?
4. Bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya meraih (*engage*) target audiens di Instagram @halosumedang\_?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya memberikan (*share*) informasi kepada publik audiens melalui Instagram @halosumedang\_.
2. Mengetahui bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya mengoptimalkan (*optimize*) informasi yang ditargetkan kepada publik audiens melalui Instagram @halosumedang\_.
3. Mengetahui bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya mengelola (*manage*) Instagram @halosumedang\_ untuk memberikan informasi kepada publik audiens.
4. Mengetahui bagaimana humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam upaya meraih (*engage*) target audiens di Instagram @halosumedang\_.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Secara Akademis**

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kemudahan untuk pihak yang berkepentingan sebagai referensi maupun sumber rujukan dalam penelitian sejenis atau sebagai studi komparatif bagi peneliti yang akan meneliti hal yang serupa sesuai dengan empat tahap *Circular Model of Some for Social Communication* yakni membagikan konten, optimalisasi pesan, mengelola informasi, hingga melibatkan publik. Penelitian ini diharapkan memberi sumbangsih secara ilmiah terhadap perkembangan ilmu kehumasan atau *Public Relations* khususnya pada bidang dan mata kuliah *Digital public relations*.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk para praktisi maupun akademisi di bidang kehumasan khususnya *Digital public relations* untuk kegiatan di masa yang akan datang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan adanya perbaikan yang bernilai untuk Pemerintah Kabupaten Sumedang secara efektif dan memberikan sumbangsih informasi dengan gambaran yang mendalam mengenai implementasi *Digital Public Realtions* yang dilakukan Humas/Prokopim Pemerintah Kabupaten Sumedang melalui pengelolaan media sosial Instagram dengan menggunakan empat tahap *Circular Model of Some for Social Communication* diantaranya membagikan konten, optimalisasi pesan, mengelola informasi, hingga melibatkan publik.

## 1.5 Landasan Pemikiran

### 1.5.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil temuan dari berbagai sumber jurnal yang relevan dengan penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti.

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Susanti Mitha Anwar tahun 2021 dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul “Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan Reputasi Pimpinan (analisis deskriptif pada Media Sosial Instagram, Facebook dan Youtube Protokol Komunikasi Pimpinan Sekretaris Daerah Kabupaten Subang)” dengan menggunakan konsep teori *The Circular Model of Some* dengan tahapan pengelolaan *cyber public relations* pada lembaga. Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang dihasilkan berdasarkan dari wawancara informan atau menjelaskan bagaimana proses serta tahap *share*, *optimize*, *manage* dan *engage* yang ada di Prokopim Setda Subang dengan pengelolaan Media Sosial Instagram, Facebook, dan Youtube agar tidak terjadi kesalahan dalam menyampaikan informasi kepada publik.
2. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Axel Van Basten Pakpahan, Dr. Amalia Djuwita, Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini berjudul “Penggunaan *The Circular of SoMe* Melalui Instagram @trademark\_bdg”. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pelaksanaan penggunaan media sosial

Instagram oleh @trademark\_bdg meliputi *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage* (Pakpahan, 2019: 5197-5199). Hasil penelitian ini adalah pada tahapan *share* Trademark membagikan informasi mengenai acara yang akan digelar dan juga membagikan konten-konten yang sudah ditentukan dan dibuat sebelumnya setelah itu konten tersebut di unggah melalui media sosial Instagram Trademark. Untuk tahapan *optimize* yaitu Trademark ikut berperan didalamnya untuk mencari tahu dan untuk mendengarkan keinginan atau pendapat yang diberikan dari publik kepada Trademark yang diberikan melalui media sosial Instagram-nya melalui hastag #supportlocal. Pada tahapan *manage* Trademark merespon cepat pendapat yang diberikan dari publik sebagai salah satu cara dari Trademark untuk mendapatkan respon positif dari publiknya. Selanjutnya pada tahapan *engage* Trademark mengajak publiknya dengan menggunakan pendekatan yang dilakukan melalui media sosial Instagram dan menggunakan ajakan yang sopan dan tidak mengandung unsur memaksa.

3. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Alfian Romadhoni, Hanny Hafiar, Kokom Komariah. Pengelolaan Instagram @humas\_jabar oleh bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.8, No.2, Desember 2017. Penelitian mengenai pengelolaan akun Instagram @humas\_jabar ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang pengelolaan akun Instagram @humas\_jabar melalui proses *share*, *optimize*, *manage* dan *engage*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Hasil penelitian ini yaitu, Humas Jabar pada tahap pengelolaan

*share* berfungsi sebagai komunikasi dua arah antara lembaga dengan publiknya, hanya saja Humas Jabar belum menjalankan dengan optimal fungsi *share* untuk membangun kepercayaan publik. Tahap *optimize* berfungsi untuk memantau interaksi lembaga dengan publik, akan tetapi belum dilaksanakan secara optimal karena hanya menjalankan pengecekan manual. Proses *manage*, hanya membuat laporan dari respon *followers* serta *quick respons* yang kurang efektif. Tahap *engage*, masih kurang maksimal dalam memanfaatkan *tools* yang ada di sosial media. Penetapan target audiens yang terlalu luas membuat instagram Humas Jabar tidak begitu efektif.

4. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Erliansyah, dan Yohana dengan judul “Manajemen Pengelolaan *Cyber Public Relations* Dalam Mewujudkan *Good Governance* Pemerintah Kota Payakumbuh”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi keterbukaan informasi publik dari Pemerintah Kota Payakumbuh dapat dikatakan berhasil. Hal ini dilihat dari tiga aspek yang berbeda, yaitu pada saat perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Pemkot Payakumbuh. Perbedaan hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada tujuan dan objek penelitian di mana penelitian tersebut berfokus pada manajemen pengelolaan *cyber public relations* demi mewujudkan *good governance* Pemerintah Kota Payakumbuh, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana Humas Pemerintah

Kabupaten Sumedang menekankan pada tersampainya informasi kegiatan Bupati dan Wakil Bupati setiap harinya kepada masyarakat melalui pengelolaan Instagram sebagai bentuk keterbukaan informasi publik.

5. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Rizky Pratama Hajati, Susie Perbawasari dan Hany Hafiar, pada tahun 2018, Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran. Penelitian ini berjudul “Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @IndonesiaBaik.Id”, Rizky Pratama dan rekan-rekannya meneliti ini bertujuan untuk mencari tahu peluncuran situs sebagai penyediaan informasi untuk publik mengenai program pemerintah dan kebijakan pemerintah yang sudah dibuat dan disusunnya. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dalam situs terbarunya memiliki empat pilar yaitu, informasi dan edukasi, pelayanan publik, info terkini, pembangunan Indonesia (Hajati, 2018: 58-59). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, jumlah *followers* @IndonesiaBaik.Id meningkat dari adanya media sosial tersebut, penelitian ini menggunakan *iconsquare*, aplikasi ini kegunaannya untuk melihat presentase pada akun media sosial Instagram @IndonesiaBaik.Id untuk mengetahui *like* dan komentar yang ada di akun tersebut. Pengelolaan media sosialnya sudah maksimal sesuai dengan rencana humas.
6. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Peni Nuril Ayuni tahun 2024 dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul

“Pengelolaan Instagram @halosumedang\_ Sebagai Bentuk Kegiatan *Digital public relations* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang)” dengan menggunakan konsep teori *The Circular Model of Some* dengan tahapan pengelolaan *Digital public relations* pada lembaga instansi. Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang dihasilkan berdasarkan dari wawancara informan atau menjelaskan bagaimana proses serta tahap *share, optimize, manage, dan engage* yang ada di Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang dengan pengelolaan media sosial Instagram untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat kota Sumedang agar tidak terjadi kesalahan dalam menyampaikan informasi kepada publik.

*Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan*

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Relevansi</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Susanti Mitha Anwar Skripsi (2021) Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam meningkatkan reputasi pimpinan (analisis)	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini Prokopim Setda Subang dengan pengelolaan media sosial Instagram, Facebook, dan Youtube agar tidak terjadi kesalahan dalam	Relevansi memiliki kesamaan pengelolaan Instagram.	Peneliti ini memiliki perbedaan dalam tujuannya untuk membangun pimpinan, target penelitian berbeda yaitu membangun

				menyampaikan informasi kepada publik.		un citra lembaga.
2	Axel Van Basten Pakpahan, Dr. Amalia Djuwita	Penggunaan Circular Model of SoMe Melalui Instagram @trademark_bdg	Deskriptif kualitatif	Trademark melalui media sosialnya sudah cukup maksimal menerapkan model SoMe.	Relevansi penelitian ini adalah dari metode penelitian yaitu deskriptif kualitatif dan menggunakan teori yang sama yaitu teori <i>The Circular Model of Some for Social Communication</i> .	Perbedaan dari penelitian ini adalah dari tema yang diambil, objek atau tempat penelitian.
3	Alfian Romadhoni	Pengelolaan Instagram @humas_jabar oleh bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini yaitu, humas Jabar pada tahap pengelolaan <i>share</i> berfungsi sebagai komunikasi dua arah antara lembaga dengan publiknya, hanya saja	Relevansi penelitian ini menggunakan teori <i>The Circular Model of Some for Social Communication</i> dan menggunakan metode deskriptif.	Perbedaan dari penelitian ini yaitu hanya berbeda tempat atau subjek penelitian.

				humas Jabar belum menjalankan dengan optimal fungsi <i>share</i> untuk membangun kepercayaan publik.		
4	Beni Erliansyah dan Nova Yohana Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau Vol.4 No.2 (2018)	Manajemen Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> Dalam Mewujudkan <i>Good Governance</i> Pemerintah Kota Payakumbuh	Deskriptif kualitatif	Proses implementasi keterbukaan informasi publik dilakukan dengan memfokuskannya pada tiga hal yang berbeda yaitu pada saat perencanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan <i>cyber public relations</i> Dinas Komunikasi dan Informatika Pemkot Payakumbuh.	Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran kepada peneliti mengenai strategi komunikasi melalui tiga fokus yang berbeda dalam upaya menyebarkan informasi agar masyarakat menjadi tahu sampai tertarik akan program yang dijalankan oleh suatu lembaga terkait.	Perbedaan dari penelitian ini dapat dilihat dari objek penelitian .
5	Rizky Pratama Hajati,	Manajemen Aktivitas Media Sosial	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini dapat	Relevansi ini menggunakan	Perbedaan dari penelitian

	Susie Perbawasari dan Hany	Akun Instagram @indonesiabaik.id		<p>disimpulkan bahwa, jumlah <i>followers</i> @indonesia baik.id meningkat dari adanya media sosial tersebut, penelitian ini menggunakan <i>iconsquare</i>, aplikasi ini kegunaannya untuk melihat presentase pada akun media sosial Instagram @indonesia baik.id untuk mengetahui <i>like</i> dan komentar yang ada di akun tersebut. Pengelolaan media sosialnya sudah maksimal sesuai dengan</p>	<p>an teori <i>The Circular Model of Some for Social Communication</i> dan menggunakan metode deskriptif.</p>	<p>ini yaitu hanya berbeda waktu dan tempat atau subjek penelitian .</p>
--	----------------------------	----------------------------------	--	---	---	--

				rencana humas.		
6	Peni Nuril Ayuni Skripsi (2024) Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	Pengelolaan Instagram @halosumedang_ Sebagai Bentuk Kegiatan <i>Digital public relations</i>	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang dengan pengelolaan media sosial Instagram untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat kota Sumedang agar tidak terjadi kesalahan dalam menyampaikan informasi kepada publik.	Relevansi memiliki kesamaan pengelolaan Instagram.	Peneliti ini memiliki perbedaan dalam tujuannya untuk membangun pimpinan.

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Landasan teori yakni sebuah pernyataan yang disusun secara metodis dan memiliki variabel yang signifikan dapat dipandang sebagai landasan teori secara umum. Teori dan temuan penelitian termasuk dalam landasan teoritis materi, di mana mereka digunakan sebagai kerangka teori bagi peneliti untuk melakukan penelitian mereka. *Digital public relations* memiliki beberapa model untuk dapat

diaplikasikan. Salah satunya model Luttrell atau *Some*. Model *Some* ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada bagaimana media sosial Instagram dari akun @halosumedang\_ ini menerapkan model ini dan dapat diketahui bagaimana proses membagikan konten, optimalisasi pesan, mengelola informasi hingga melibatkan publik dalam proses *Digital public relations* mereka. Model Luttrell pun menjadi pilihan yang cocok sebagai landasan pemikiran dari penelitian ini.

Model Luttrell adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan dalam ilmu komunikasi dan *public relations* untuk memahami dan menganalisis proses komunikasi strategis. Model Luttrell membantu penulis dalam merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif, serta dalam mengevaluasi dampak dari upaya-upaya komunikasi. Dengan menggunakan model ini, penulis dapat memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan relevan, tepat sasaran, dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan.

Peneliti harus mengacu kepada model ataupun teori yang relevan dengan penelitian yang dibuat, seperti model yang akan digunakan untuk penelitian ini yakni model *Circular Model of Some for Social Communication* yang memiliki empat tahapan. Luttrell (2018:112) menjelaskan bahwa tahapan pengelolaan media sosial memiliki empat aspek, diantaranya berbagi informasi (*share*), pengoptimalisasian pesan (*optimize*), pengelolaan (*manage*), serta keterlibatan publik (*engage*). Keempat aspek tersebut digambarkan ke dalam bentuk siklus sesuai dengan sifat media sosial yang di dalamnya terdapat komunikasi yang terus berkembang.

Bentuk siklus tersebut dimulai dari tahap pertama yakni *share*, praktisi PR harus menentukan sasaran publik atau audiensnya terlebih dahulu karena audiens akan berpartisipasi jika kepentingannya sejalan dengan apa yang lembaga berikan. Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang menyediakan media komunikasi yang menjalankan *two-way communications* sehingga publik bisa menyampaikan aspirasi yang diharapkannya kepada lembaga melalui saluran yang tepat.

Tahap kedua yaitu *optimize*, di mana sebuah perencanaan komunikasi yang kuat harus dioptimalkan dengan baik untuk menghasilkan dampak yang maksimal pada lembaga seperti pesan, dan juga nilai yang optimal. Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang mengoptimalkan pesan yang ia miliki agar dapat tersampaikan dengan tepat dan tidak ambigu.

Tahap ketiga yaitu *manage*. Pada tahap ini, Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang dalam mengelola atau mengontrol informasi yang ia dapatkan dari media sosial Instagram nya itu sendiri, dampak dari konten yang ia buat, dan tanggapan apa saja yang didapat dari publik-publiknya melalui media sosial Instagram tersebut.

Tahap terakhir pada model Luttrell ini adalah tahap *engage* yang berarti melibatkan publik, merupakan tahap dimana Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang harus mampu melibatkan publik dengan strategi komunikasi yang dilakukannya di media sosial, bagaimana audiens atau *followers* nya dapat terlibat di dalam kontennya. Luttrell (2018:117) menjelaskan bahwa terlibat melibatkan konsumen merupakan komponen yang sangat *critical* atau komponen inti dalam strategi pengelolaan media sosial.



Gambar 1 1 The Circular Model of Some for Social Communication

Sumber: Luttrell (2018)

### 1.5.3 Kerangka Konseptual

#### 1.5.3.1 *Digital public relations* (Humas Online)

*Digital public relations* disebut juga Humas Online, Humas Daring, *Cyber Public Relations*, Humas Digital, *Electronic PR*, Online PR, PR 2.0, dan PR *on the Net*. Romli (2020:23) menjelaskan bahwa *Digital public relations* adalah kegiatan kehumasan dan pemasaran melalui media internet, khususnya website dan media sosial. Dalam *Digital public relations*, membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada publik dapat dilakukan secara *one to one communication* bersifat interaktif. Kehadiran media online menjadikan tugas Humas dengan tugas pemasaran dan tugas layanan pelanggan (*customer service*) menjadi “berbaur”.

Hubungan antara *Digital public relations* dengan Instagram sangat erat, terutama karena Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang paling populer dan berpengaruh di dunia saat ini. Penelitian tentang Instagram ini membantu penulis memahami jenis konten yang paling diminati oleh pengguna dan

tren desain yang sedang berlangsung. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi Humas Online untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif, responsif, dan terarah di *platform* media sosial yang penting ini.

### 1.5.3.2 New Media

*New Media* merupakan istilah umum yang digunakan untuk mendefinisikan segala bentuk komunikasi yang terkoneksi dengan internet serta terdapat interaksi antara gambar, teknologi dan suara di dalamnya. Berbeda dengan *Old Media* yaitu segala bentuk komunikasi sebelum adanya teknologi digital seperti radio, televisi, dan surat kabar.

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, istilah *new media* tidak dapat mengacu pada bentuk komunikasi tertentu, misalnya surat kabar, karena surat kabar merupakan bagian dari *old media* namun bertransformasi secara digital menjadi surat kabar online. *New media* yang benar-benar baru dapat merujuk pada berbagai media sosial yang ada. Flew dan Smith (2018:3) menjelaskan bahwa untuk mendefinisikan apa itu *new media*, setidaknya memiliki unsur “*Three Cs*” yaitu *Computing*, *Communications*, dan *Content*. Dapat disimpulkan bahwa *new media* adalah segala jenis media, mulai dari surat kabar, blog, musik dan yang lainnya yang disampaikan secara digital, baik melalui *website*, *email*, hingga aplikasi *streaming*. Segala bentuk komunikasi yang memanfaatkan jaringan internet dapat dikatakan sebagai *new media*.

### 1.5.3.3 Media Sosial

Majunya teknologi menjadi dampak yang cukup besar pada perilaku masyarakat. Media sosial atau istilah lainnya jejaring sosial merupakan salah satu bagian dari *new media* atau media baru. Penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Media sosial menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi.

Romli (2020:47) menjelaskan bahwa media sosial atau medsos ini menghubungkan dan mempersatukan khalayak yang memiliki minat dan kepentingan yang sama, tanpa dibatasi faktor geografi, profesi usia, dan sekat-sekat lainnya. Media sosial menjadi alat komunikasi dua arah yang efektif dan intensif. Kehadiran media sosial dan dimilikinya akun media sosial oleh lembaga atau perusahaan menyebabkan setiap lembaga kini memiliki audiens.

## 1.6 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Bagian Humas Protokol Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Sumedang yang terletak di Jl. Prabu Gajah Agung No.9 Situ, Kec. Sumedang Utara, Kab. Sumedang, Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan kemudahan akses dalam melakukan penelitian, karena akan mempermudah pengumpulan data yang objektif dari pegawai yang bekerja di bagian Prokopim Setda Kabupaten Sumedang.

### 1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan tujuan untuk memaknai serta menginterpretasikan informasi tentang fenomena atau realitas yang ada. Ardianto (2007:154) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme ini bentuk dari segala realitas yang terjadi pada suatu fenomena tertentu yang dibangun oleh individu masing-masing.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena menurut pengamatan peneliti Instagram digunakan sebagai salah satu media penyebaran informasi publik yang dilakukan oleh pengelola lembaga atau instansi. Adapun tujuan peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme ini adalah untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan bagaimana Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang mengelola Instagram @halosumedang\_ dalam penyebaran informasi publik dan komunikasi dengan masyarakatnya sesuai dengan realitas yang ada. Peneliti menggunakan paradigma ini melalui empat tahap yaitu *Share* (Membagikan), *Optimize* (Mengoptimalkan), *Manage* (Mengelola), hingga *Engange* (Melibatkan).

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini memperhatikan humanisme atau individu manusia dan perilaku manusia merupakan jawaban atas kesadaran bahwa semua akibat dari perbuatan manusia terpengaruh pada aspek-aspek internal individu. Aspek internal tersebut seperti kepercayaan, pandangan politik, dan latar belakang sosial dari individu yang bersangkutan.

Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang hasil penelitiannya tidak melewati mekanisme hitungan seperti statistik yang mana data yang disajikan berbentuk angka, melainkan hasil analisis yang diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dari proses wawancara dan observasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena relevansi nya ialah kegiatan *Digital public relations* ini melibatkan banyak publik baik itu pengguna atau pun pengelola dari akun Instagram @halosumedang\_ ini, peneliti bermaksud untuk memahami apa yang dialami dari pengguna maupun subjek yang mengelola instagram yang menjadi fokus dari penelitian ini dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Peneliti memilih metode penelitian deskriptif dengan tujuan mencirikan, menggambarkan, dan mengungkapkan fakta dan peristiwa yang terjadi selama penelitian ini berlangsung. Zellatifanny *et al* (2018:84) menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan suatu fenomena “sebagaimana adanya” bukan untuk menyatakan adanya hubungan sebab akibat, maka dari itu penelitian ini mengungkap bagaimana fakta dan fenomena yang terjadi pada media sosial instagram, bagaimana kinerja Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang dalam pembuatan konten, dan efek apa yang timbul dari audiens.

## **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

### **1.6.4.1 Jenis Data**

Dikarenakan penelitian ini menggunakan teknik kualitatif, maka data dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Data ini adalah data kualitatif di mana semua potongan data ditulis daripada numerik. Materi tekstual jenis ini akan menjelaskan dan mendeskripsikan fakta dan fenomena, serta memberikan interpretasi terhadap keseluruhan masalah ataupun proses Pengelolaan *Digital public relations* Pada Media Sosial Instagram @halosumedang\_.

### **1.6.4.2 Sumber Data**

#### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer yaitu data yang didapat secara langsung dari pihak yang bersangkutan, yakni semua pihak yang bekerja di Bagian Media Sosial (*Social Media Specialist*) Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang yang memiliki kaitan dengan fokus penelitian yaitu pengelolaan *Digital public relations* pada akun Instagram @halosumedang\_.

#### **2. Sumber Data Sekunder**

Data sekunder, kebalikan dari data primer, adalah informasi yang tidak dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian, tetapi dapat digunakan untuk melengkapi data primer saat melakukan penelitian. Data sekunder penelitian ini yakni dokumen, *website*, dan media sosial Instagram Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang, serta sumber lainnya yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini yang relevan dengan fokus penelitian yaitu pengelolaan *Digital public relations* pada akun Instagram @halosumedang\_.

### **1.6.5 Informan atau Unit Analisis**

Salah satu aspek terpenting dalam penelitian adalah pemilihan informan. Informan penelitian akan menjadi sumber data. Akibatnya, ia harus memperhitungkan realitas sosial. Informasi mengenai objek penelitian didapatkan dari narasumber atau informan yang memiliki pengetahuan terkait objek penelitian. Informan berfungsi sebagai sumber keterangan atau informasi mengenai objek yang akan dikaji dalam penelitian ini. Penentuan informan dalam penelitian ini ditetapkan dalam pembagian kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan bagian dari staf Humas Prokopim Setda Sumedang.
2. Berhubungan langsung informan yang memiliki peran atau tanggung jawab dalam pengelolaan akun Instagram tersebut.
3. Informan yang memiliki pengetahuan yang baik tentang kebijakan dan praktik dalam pengelolaan Instagram tersebut.
4. Informan harus mampu berbicara secara transparan tentang proses pengelolaan Instagram, termasuk kebijakan yang diterapkan, prosedur dalam menanggapi komentar atau pesan dari masyarakat, dan bagaimana mereka mengukur kesuksesan atau dampak dari aktivitas mereka.

Kriteria tersebut menjadi syarat inti dari pemilihan informan dalam Pengelolaan Instagram @halosumedang\_ Sebagai Bentuk Kegiatan *Digital Public Relations*.

### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara Mendalam**

Wawancara mendalam berarti metode pengumpulan data atau informasi melalui keterlibatan langsung dengan informan untuk mendapatkan

informasi yang detail. Raco (2010:116) menjelaskan bahwa wawancara dalam penelitian ini akan banyak melontarkan pertanyaan terbuka kepada informan mengenai kegiatan yang menjadi subjek penelitian guna mendapatkan informasi yang tidak diperoleh peneliti selama tahap observasi. Wawancara memiliki peran penting dalam menghasilkan data-data yang actual dan membantu peneliti dalam melakukan penelitian.

Dipilihnya teknik wawancara mendalam ini agar bisa memperoleh informasi yang akurat karena langsung dari informan yang akan dihubungi oleh peneliti mengenai Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang dan juga Media Sosial Instagram @halosumedang\_ seperti praktisi *Public Relations* yang akan bertanggung jawab dalam pengelolaan *Digital public relations* pada media sosial Instagram Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang dan juga audiens yang terkait.

## **2. Observasi Partisipasi Pasif**

Pengamatan atau observasi dilakukan oleh peneliti yang tidak terlibat langsung atau aktif dalam kegiatan di lokasi penelitian. Pengamatan ini semata-mata merupakan pengumpulan data, yang dilakukan dengan mengamati dan memantau hal-hal yang diperiksa. Teknik ini dilakukan karena keterbatasan peneliti untuk ikut terus terlibat di lapangan, peneliti menggunakan data dari pengalaman ketika pernah observasi disana, maka dari itu peneliti mengamati dan memantau objek dari jauh. Maka dengan teknik ini, peneliti memperkuat data yang didapat dari hasil wawancara yang dimana akan lebih paham terhadap konteks data dalam penelitian

pengelolaan *Digital public relations* pada media sosial Instagram @halosumedang\_.

### 1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data mengacu pada pengelolaan data yang diperoleh dari lapangan, seperti wawancara dan observasi partisipasi pasif, dimulai dengan mencari, menganalisis, dan menyusun data secara sistematis agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. Gunawan (2013:209) menjelaskan bahwa analisis data diawali dengan menyusun, memilah, mengorganisasikan, mengkategorikan, dan melabeli data, dan diakhiri dengan penemuan berdasarkan masalah atau penekanan penelitian. Dengan menggunakan pendekatan ini, analisis data Instagram dapat memberikan wawasan yang berharga tentang tren, pola, dan perilaku pengguna di *platform* tersebut, yang dapat digunakan untuk menginformasikan strategi komunikasi dan pemasaran di Instagram.

Model analisis data kualitatif dari Creswell digunakan dalam penelitian ini. Creswell (2018) yang menjelaskan dalam bukunya *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method* bahwa ada lima proses dalam menganalisis data kualitatif, antara lain sebagai berikut:

#### 1. Menyiapkan dan Mengelola Data

Data yang sudah dikumpulkan melalui wawancara dan observasi selanjutnya akan disalin dan diklasifikasikan menjadi berbagai jenis berdasarkan sumber informasinya. Hasil data wawancara dari informan yang dipilih oleh peneliti yakni bagian dari Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang dan observasi dari media sosial Instagram @halosumedang\_ akan

dikumpulkan lalu akan diklasifikasikan.

## **2. Membaca Kembali Semua Data**

Tahap selanjutnya adalah membaca kembali semua data yang telah diklasifikasi; tujuannya adalah untuk memberikan gambaran tentang informasi yang dikumpulkan agar dapat lebih memahami data secara keseluruhan. Pada langkah ini, peneliti akan menulis atau merekam data apapun yang mereka peroleh melalui wawancara dengan informan dan observasi di media sosial Instagram @halosumedang\_, dan pada akhirnya akan dibuat sketsa.

## **3. Melakukan Pengodean Data**

Pengodean data ini adalah proses mengkategorikan data, baik teks atau gambar, dan kemudian mengidentifikasi kategori tersebut dengan istilah, yang biasanya didasarkan pada bahasa awam peneliti. Hasil data wawancara dan observasi dari media sosial Instagram @halosumedang\_ yang didapat ini dilakukan proses pengodean data yakni dikategorisasikan menjadi berbagai kategori agar lebih mudah dipilah.

## **4. Membuat Deskripsi dan Tema**

Proses pengodean tersebut menghasilkan deskripsi domain dan partisipan berdasarkan kategori atau tema yang diselidiki. Peneliti membuat deskripsi dengan menggabungkan beragam fakta pada pengguna, seperti pengelola *platform* media sosial Instagram @halosumedang\_. Tempat seperti kantor Humas Prokopim Setda Kabupaten Sumedang atau peristiwa seperti isi konten dan interaksi yang terjadi pada media sosial yang semuanya dibuat dalam satu ranah.

## 5. Menyajikan Deskripsi dan Tema

Tahap selanjutnya adalah menggambarkan atau menyampaikan narasi atau deskripsi dan tema laporan kualitatif. Deskripsi dan tema yang telah dibuat pada tahap sebelumnya akan disajikan pada tahap ini sebagaimana hasil penelitian mengenai Pengelolaan *Digital public relations* Pada Media Sosial Instagram @halosumedang\_.

### 1.6.8 Teknik Penentu Keabsahan Data

Uji keabsahan data bertujuan untuk meningkatkan keakuratan dari informasi yang diperoleh mengenai objek penelitian. Data yang tidak akurat dapat mengarah pada kesimpulan yang tidak tepat. Sebaliknya, jika data yang dikumpulkan akurat, maka kesimpulan yang diambil dapat menjadi akurat dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, teknik triangulasi digunakan untuk menjamin keabsahan data. Metode triangulasi membantu dalam memberikan informasi yang valid tentang Pengelolaan Instagram @halosumedang\_ sebagai bentuk kegiatan Digital Public Relations. Adapun triangulasi yang digunakan ialah sebagai berikut:

#### 1. Triangulasi Sumber Data

Teknik ini melibatkan wawancara dengan beberapa narasumber yang relevan sesuai dengan topik penelitian. Triangulasi data dari sumber yang berbeda bertujuan untuk menguatkan validitas data dari berbagai sudut pandang. Hubungan antara teknik triangulasi yang digunakan dan tema penelitian ini terkait dengan penggunaan metode kualitatif yang menekankan pada subjektivitas narasumber. Oleh karena itu, keberadaan beberapa sumber

yang berbeda sangat penting untuk saling memperkuat data dan informasi yang diperoleh selama penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber data dengan cara melakukan wawancara pada 20-21 Maret 2024 dengan tiga informan untuk memperoleh hasil penelitian yang diinginkan.

## 2. Triangulasi Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik metode pengumpulan data melalui observasi. Peneliti melakukan observasi lebih mendalam pada akun media sosial Instagram @halosumedang\_. Pendekatan ini terkait dengan teknik triangulasi yang telah diterapkan sebelumnya, yakni wawancara. Dengan metode ini, peneliti akan mengevaluasi keselarasan antara apa yang disampaikan oleh informan dan apa yang diimplementasikan. Menggunakan berbagai metode pengumpulan data atau mengumpulkan data melalui pendekatan yang berbeda, seperti observasi, untuk memperoleh perspektif yang beragam.

### 1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	
1		<b>Tahapan Pertama: Penyusunan Proposal Penelitian</b>									
	<b>Pengumpulan Data Pra Penelitian</b>										
	<b>Penyusunan Proposal Penelitian</b>										
	<b>Bimbingan Proposal Penelitian</b>										

