

ABSTRAK

Nining Wahyuni. *Budaya Jurnalistik di Media Publik (Studi Kualitatif pada Media Online yang dimiliki Humas Pemerintahan Kota Bandung).*

Budaya Jurnalistik saat ini tidak hanya berkembang di media massa pada umumnya, namun juga berkembang pada media publik yang dimiliki oleh instansi pemerintahan, salah satunya yaitu Pemerintahan Kota Bandung. Budaya jurnalistik tersebut berkembang pada media publik yang dikelola oleh bagian Humas pemerintahan. Humas Kota Bandung memiliki beberapa media publik berbasis *online* seperti *website* dan media sosial (seperti *facebook*, *instagram*, dan *twitter*).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui budaya jurnalistik yang diterapkan di Humas Kota Bandung. Budaya jurnalistik yang dimaksud adalah kebiasaan yang berlaku di Humas Kota Bandung dalam proses pencarian, pengumpulan, pengolahan, hingga penyebarluasan informasi kepada masyarakat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Perilaku Pencarian Informasi Kuhlthau yang disebut dengan “Information Search Process” (ISP). Kuhlthau menguraikan bahwa pola pencarian informasi sifatnya berjenjang, dimulai dari sesuatu yang tidak jelas, sampai pada tahap kejelasan dari informasi yang dicarinya, yaitu dapat dibagi menjadi 6 tahap yaitu inisiasi, seleksi, eksplorasi, formulasi, koleksi dan presentasi.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data. Data-data tersebut adalah hasil wawancara peneliti kepada lima orang informan yang bekerja di Humas Pemerintahan Kota Bandung.

Hasil penelitian yang didapat; *pertama*, ada beberapa bentuk kegiatan jurnalistik yang ada di Humas Kota Bandung dan ternyata hampir sama dengan kegiatan jurnalistik yang dilakukan di media massa pada umumnya. Kegiatan tersebut terdiri dari fotografi, videografi, penulisan berita dan *press release*, serta analisis media; *kedua*, produk jurnalistik yang dihasilkan pun hampir sama dengan media massa, yaitu berita, *press release*, foto, video, majalah, dan tabloid; *ketiga*, Humas Kota Bandung juga memiliki agenda rutin, indikator penting dan kebijakan redaksional yang diterapkan untuk informasi yang dicari, dikumpulkan, diolah, dan disebarluaskan; *keempat*, terdapat pula perbedaan antara Humas dengan media massa pada umumnya, salah satunya dalam menentukan sudut pandang berita yang diambil; dan *kelima*, Informasi yang dihasilkan dipublikasikan kepada khalayak dengan menggunakan media *website*, dan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram* resmi Humas Kota Bandung.

Kata Kunci

(Budaya, Jurnalistik, Media, Publik, Humas)