

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi terus berkembang dan mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman, salah satunya adalah internet. Menurut Rob Franklin *et al* (2009: 114) kehadiran internet membawa dampak tersendiri bagi dunia bisnis maupun institusi media, termasuk pula bagi dunia *public relations*. Selain itu pada dunia *public relations* juga membawa dampak tersendiri sebagai saluran komunikasi baru dalam berhubungan dengan para publiknya. Praktisi *public relations* memiliki saluran langsung dalam berkomunikasi dengan publiknya tanpa harus termediasi melalui awak jurnalis bahkan lebih dari itu internet juga mampu merubah hubungan komunikasi antara keduanya, yaitu dengan adanya kehadiran media publik milik *public relation* atau Humas itu sendiri.

Kehadiran media publik secara idealistik dimaksudkan agar bisa mendidik warga melalui pendidikan kepublikan dengan nilai budaya dalam kerangka hidup bermasyarakat sehingga bisa menggerakkan orientasi dari negatif ke positif. Dengan begitu yang perlu di bangun pertama kali oleh pemilik media publik adalah sensitivitas atas kondisi sosial kemasyarakatan. Terkadang kerentanan dari kondisi ini dipermasalahkan kepada media yang dianggap menyuburkan konflik. Karenanya pada masa orde baru ada ketentuan sangat ketat menyiarkan masalah SARA. Dengan larangan itu bukan berarti persoalannya tidak ada. Karena

sejatinya media menghadirkan informasi yang bersumber dari masyarakat untuk kemudian disajikan ke ruang publik dalam pemenuhan kebutuhan informasi (Siregar: 2006).

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam Romeltea.com Media Publik atau yang lebih dikenal dengan media Humas (PR Media) adalah segala bentuk media (sarana/saluran/channel) yang digunakan praktisi humas dalam pekerjaannya dengan tujuan publikasi yang luas agar produk atau jasa yang humas pasarkan lebih dikenal oleh masyarakat. Media humas bersifat lebih kepada publikasi dan komunikasi. Media komunikasi yang penting digunakan humas adalah dalam kemitraannya dengan media pers (cetak atau elektronik) –dikenal dengan media relations (hubungan media) atau press relations (hubungan pers).

Tujuan adanya media publik pun beragam, di antaranya sebagai sarana promosi & meningkatkan pemasaran, sebagai sarana komunikasi berkesinambungan, untuk meningkatkan kepercayaan publik, serta untuk meningkatkan citra sebuah perusahaan/organisasi. Jenis media publik pun beragam, di antaranya media televisi, media cetak, media online, maupun broadcasting media. (Asep M. Romli: 2014)

Salah satu media publik yang banyak diminati saat ini adalah media dengan penggunaan internet di dalamnya atau yang biasa disebut sebagai media *online*. Media *online* banyak diminati karena penggunaannya yang cukup praktis dan bisa diakses di mana saja dan kapan saja. Internet juga memiliki beberapa keunggulan dibandingkan media lain, seperti yang dikemukakan Ashcroft, Macintosh dan Sallot (Lindic, 2006: 2): *uthe internet offers several advantages*

when compared to the other media such as speed of communication, almost immediate product delivery, interactivity, customization, and personalization: it can improve productivity, efficiency and issues management. The internet also provides an ideal forum of group communication and interaction.

Internet didefinisikan oleh Tom Kelleher (2007: 5) adalah sebagai jaringan global yang dapat diakses oleh seluruh publik. Jaringan ini merupakan suatu sistem yang menghubungkan berbagai komputer, kabel, dan perangkat kabel serta nirkabel yang terhubung satu sama lain untuk membantu orang dalam pertukaran informasi di seluruh dunia. Perkembangan internet terus terjadi hingga akhirnya melahirkan suatu teknologi baru yakni Web 2.0 yang memperkenalkan dunia pada Web Sosial dan merupakan sebuah medium yang digunakan seorang dalam berkomunikasi dengan komunitas *online* yang mereka kehendaki. Salah satu bentuk aplikasi dari teknologi Web 2.0 adalah *social media*.

Liu, Arnett, Capella, & Beatty (McLennan & Howell, 2010: 11) menyarankan bahwa jejaring media sosial dapat digunakan oleh organisasi dalam membangun hubungan dengan publiknya dan memberikan berbagai macam informasi dan layanan yang berhubungan dengan organisasi kepada berbagai publik yang baik secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan organisasi.

Grunig (2009:1) juga mengemukakan bahwa kehadiran *social media* telah mengubah cara para praktisi dalam berpikir dan melaksanakan praktik-praktiknya dan beranggapan bahwa hal ini merupakan sebuah kekuatan revolusioner dalam bidang *public relations*. Grunig juga meyakini bahwa dengan mengoptimalkan

potensi yang dimiliki oleh *social media* maka praktik *public relations* akan lebih mendunia, lebih strategis, semakin bersifat komunikasi dua arah dan interaktif, simetris atau dialogis dan lebih bertanggungjawab secara sosial. Hal ini cukup dapat mendasari bahwa pada era baru ini *social media* dapat dijadikan sebagai salah satu media yang digunakan dalam strategi *public relations* dalam berkomunikasi dengan publiknya.

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hingga pada triwulan pertama di 2013 ini telah mencapai lebih dari 63 juta orang atau sekitar melebihi dari 24,32 persen dari jumlah penduduk Indonesia (<http://www.apjii.or.id/v2/index.i3hD/read/article/apjii-at-media/169/-akhir-2013-pengguna-intemetcapai-80-juta.html> diakses pada tanggal 6 September 2018). Menurut data ini Indonesia berhasil menduduki peringkat ketiga negara pengakses internet di kawasan Asia. Lebih lanjut bahwa pengguna internet yang paling banyak ditemui di Indonesia adalah pengakses situs jejaring sosial (<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/395508-nielsen-jeiaring-sosial-turun-pengguna-intemetnaik> diakses pada tanggal 6 September 2018).

Saat ini pun, bukan hanya media-media publik besar seperti televisi, surat kabar, ataupun radio yang telah memiliki media *online* nya sendiri, akan tetapi perusahaan-perusahaan maupun instansi-instansi pemerintahan telah memiliki media publik nya sendiri. Hal ini tidak lain adalah supaya masyarakat luas bisa mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. Salah satu instansi pemerintahan yang saat ini telah memiliki media publik nya sendiri adalah Humas

Pemerintahan Kota Bandung. Tidak hanya satu, Humas Pemkot Bandung bahkan memiliki beberapa media publik berbasis *online* seperti *website* dan media sosial (seperti *facebook*, *instagram*, dan *twitter*). Bandung dikenal sebagai salah satu kota yang menerapkan konsep *smart city*. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana pemerintah Bandung mulai akrab dengan teknologi. Teknologi ini digunakan sebagai jembatan bagi pemerintah untuk berkomunikasi dengan warganya. Tentu hal tersebut sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi di luar dari informasi yang telah disediakan media *massa* pada umumnya.

Bandung rupanya mulai mulai mewujudkan *smart city* sejak tahun 2013. Dalam kurun waktu kurang lebih 3 tahun, Bandung mampu membuktikan keseriusannya kepada kota-kota lainnya yang juga menerapkan *smart city* dengan prestasi menakjubkan bahwa Kota Bandung mampu bersaing dalam kancha internasional dengan mewakili Indonesia terpilih sebagai finalis 6 besar dunia untuk Inovasi *Smart City* dari *World Smart City Organisation* di Barcelona dengan tema *Department of Communication and Informatics of Bandung Municipality : Smart city? Connected Citizens! Encouraging participatory governance for smarter urban dynamics.*

Kota Bandung diapresiasi karena banyak memberikan ruang warga untuk berinterkasi aktif dalam mengawasi pembangunan kota dengan inovasi, salah satunya melalui media-media yang mereka miliki guna mempublikasikan setiap kegiatan dan pembangunan yang dilakukan. Konsep *smart city* yang di tawarkan oleh Bandung dalam ajang tersebut antara lain: *citizen complaint online*, Rapor camat/lurah oleh warga (SIP), *monitoring* program kerja Pemkot (Silakip),

Perizinan *Online* (Hay.U), komunikasi aktif warga melalui akun Twitter tiap Dinas dan lain-lain. Sebagai Ibu Kota Jawa Barat, Bandung bersaing dengan lima kota besar di dunia dan bukan lagi bersaing dengan kota-kota besar di Indonesia dalam hal *Smart City*. Bandung bersaing dengan kota Moskow, Dubai, Buenos Aires, Curitiba dan Peterborough. Pemberian “*World Smart City Awards 2015*” dilaksanakan di Barcelona, Spanyol pada 18 November 2015 waktu setempat (portal.bandung.go.id diakses pada 6 September 2018).

Melihat hal ini, tak mengherankan bila Bandung dijadikan sebagai *benchmark* dalam diplomasi digital. Selain itu, seperti yang dikutip dari www.pikiran-rakyat.com, Bandung terus berupaya mempromosikan transparansi antara pemerintah dan masyarakat. Pemerintah Kota Bandung atau Pemkot Bandung bahkan memiliki 394 aplikasi pelayanan publik dan untuk mengakselerasi kinerja Aparatur Sipil Negara (ASN). Aplikasi tersebut hampir seluruhnya difungsikan dengan baik. Pembuatan perangkat-perangkat lunak itu, bertujuan untuk mendorong program Wali Kota Bandung dalam mewujudkan kota pintar. Konsep *smart city* mengetengahkan penggunaan teknologi sebagai penunjang kegiatan pemerintahan. Masyarakat juga banyak memanfaatkan aplikasi-aplikasi tersebut untuk keperluan mereka. Sebagian besar warga mengakses aplikasi pengaduan Daring (dalam jaringan), yaitu Lapor (Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat). Tercatat lebih dari 7.000 warga sudah mengakses fasilitas tersebut.

Untuk mewujudkan *smart city* tentunya proses komunikasi menjadi suatu instrumen penting dan utama baik bagi organisasi, perusahaan maupun lembaga

pemerintahan untuk menciptakan hubungan yang harmonis secara internal maupun eksternal . *Public Relations* atau sering juga disebut hubungan masyarakat (humas) merupakan suatu fungsi yang timbul akibat adanya saling ketergantungan antar individu, individu dengan kelompok, maupun antar kelompok dengan masyarakat. Maka dari itu kehadiran Humas dianggap penting karena Humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Kunci keberhasilan *city branding* terletak pada *integrated communication strategy*, yakni strategi komunikasi yang benar-benar didasarkan kebutuhan khalayak sasaran, integrasi online dan offline, penggunaan media yang tepat, penentuan isu yang mampu menyentuh, serta efektifnya pembangunan dukungan dari berbagai pihak terkait. Maka, suatu konsep *city branding* Kota Bandung sebagai *smart city* yang diinginkan Pemerintah Kota Bandung berupa *smart governance* tidak akan berhasil tanpa adanya peran dari Humas Pemerintah Kota Bandung yang mengkomunikasikannya kepada publik melalui media publik yang dimilikinya. Publik dapat diartikan sebagai individu atau kelompok yang memiliki kepentingan langsung dengan organisasi terkait dalam hal ini adalah Pemerintah Kota Bandung. Maka, di sinilah Ilmu Komunikasi berperan, yaitu bagaimana suatu pemerintahan kota menciptakan pendekatan dengan layanan publik yang terpercaya dan interaktif melalui *smart governance* dan peran Humas Kota Bandung yang mensosialisasikannya kepada publik secara luas maupun khusus bagi warga kota Bandung. Humas Kota Bandung pun sebagai salah satu cerminan

smart governance yang secara aktif memberikan informasi dan berinteraksi kepada khalayak melalui media baik online maupun offline.

Keberhasilan bagian Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah (Humas Setda) Kota Bandung dalam menjalankan tugasnya sebagai penyalur komunikasi yang baik bisa dilihat dengan berhasilnya Humas Kota Bandung meraih penghargaan dalam Anugerah Media Humas 2017 pada Kategori Pemberitaan Media/pers untuk tingkat Provinsi/Kabupaten/Kota. Seperti yang dikutip dari portal.bandung.go.id, penghargaan tersebut diberikan atas keberhasilan Pemerintah Kota Bandung dalam menjembatani informasi tentang seluruh kegiatan pembangunan Kota Bandung dan kegiatan pimpinan melalui media massa/pers sebagai sarana informasi bagi masyarakat. Selain itu, Humas Pemkot Bandung juga meraih penghargaan pada ajang PR Indonesia Awards (PRIA) 2017 sebagai pemenang utama kategori Media Relations Regional Jawa Subkategori Pemerintah Kota.

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti bidang kejournalistikan yang ada di salah satu instansi pemerintah tersebut. Penelitian ini ingin mengangkat tentang budaya jurnalistik yang terjadi di media publik yang dimiliki Humas Pemkot Bandung dan kegiatan jurnalistik apa saja yang ada di dalamnya. Budaya jurnalistik yang dimaksud di sini adalah suatu proses yang memusatkan perhatian pada praktik dan kebijakan jurnalistik yang dimunculkan melalui sisi ideologis dan pola pemberitaan sejak proses pencarian, pengumpulan, pengolahan sampai penyajian berita.

Dari penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih dalam lagi bagaimana sebenarnya budaya dan kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh instansi pemerintah yang memiliki media publik di dalamnya. Apakah kegiatan tersebut sama saja dengan kegiatan-kegiatan jurnalistik yang ada di perusahaan-perusahaan media saat ini, ataukah memiliki budaya tersendiri, mulai dari proses pencarian hingga proses penyajian beritanya.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan pada subbab sebelumnya, maka fokus pertanyaan penelitian yang akan dibahas adalah bagaimana budaya jurnalistik yang diterapkan dalam media publik pemerintahan kota bandung.

Agar penelitian ini lebih terarah, maka masalah tersebut dirumuskan menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja bentuk kegiatan jurnalistik yang dilakukan dalam media *online* pada Instansi Pemerintahan Humas Pemkot Bandung?
2. Bagaimana proses pencarian informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung?
3. Bagaimana proses pengumpulan informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung?
4. Bagaimana proses pengolahan informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung?
5. Bagaimana proses penyebarluasan informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bentuk kegiatan jurnalistik yang dilakukan dalam media *online* pada Instansi Pemerintahan Humas Pemkot Bandung.
2. Untuk mengetahui proses pencarian informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui proses pengumpulan informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung
4. Untuk mengetahui proses pengumpulan informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung
5. Untuk mengetahui proses penyebarluasan informasi yang diterapkan dalam media *online* milik Pemerintahan Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan masyarakat mengenai kajian ilmu komunikasi jurnalistik dalam lingkup informasi yang berkaitan dengan budaya jurnalistik yang ada di sebuah media publik milik pemerintah.
- b. Diharapkan menjadi sumbangan pustaka bagi mahasiswa lainnya yang ingin melakukan penelitian mengenai budaya jurnalistik di media publik milik pemerintah.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Diharapkan menjadi masukan bagi humas pemerintahan kota Bandung dalam melakukan kegiatan kejournalistikan.
2. Diharapkan menjadi masukan bagi media di instansi pemerintahan dalam menyampaikan sebuah pesan kepada masyarakat tanpa adanya kepentingan apapun.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama ada penelitian dari Oji Kurniadi, 2013, dari Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA dengan judul penelitian “*Budaya Jurnalistik di Metro TV*” dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif dan menggunakan Studi Kultural dalam penelitiannya. Hasil yang ditemukan dalam penelitian tersebut adalah: Metro TV telah menjadi *Top of Mind* sebagai sumber informasi utama bagi pencari berita, masih kuatnya kepentingan pemilik dalam mewarnai isi berita berkaitan dengan suksesi menuju RI-1 tahun 2014, berita kekerasan masih mendominasi pemberitaan dalam televisi karena merupakan kondisi nyata yang ada dalam masyarakat Indonesia saat ini, metro TV berkomitmen untuk mengurangi tayangan-tayangan tersebut dan akan lebih memberikan solusi dan penjelasan duduk perkara suatu peristiwa, banyaknya pelanggaran etika dalam pemberitaan di Metro TV menunjukkan pengawasan internal belum dilakukan secara maksimal, *cameraperson* merupakan filter pertama dalam menyeleksi gambar yang patut atau layak ditayangkan.

Penelitian selanjutnya dari penelitian yang dilakukan oleh Tanyo Hamami, Dian Sinaga, dan Wina Erwina, 2014, Program studi Ilmu Perpustakaan Fikom Unpad yang berjudul “*Perilaku Pencarian Informasi sebagai Sumber Gagasan Pembuatan Berita oleh Wartawan Pikiran Rakyat*”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah Teori Perilaku Pencarian Informasi Kuhlthau. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua informan melakukan beberapa tahapan pencarian informasi, terdapat enam tahapan besar yang wartawan lakukan, yaitu tahap kegiatan awal pencarian informasi, tahap kegiatan pemilihan/ seleksi topik informasi, tahap kegiatan penelusuran/pen- jelajahan informasi, tahap kegiatan pengkoleksian informasi, tahap kegiatan penyajian dan satu tahap kegiatan wartawan yang bersifat fleksibel yaitu penentuan sudut pandang berita.

Penelitian berikutnya adalah penelitian oleh Herlina, Sri Suriana, dan Misroni, tahun 2015, Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, yang berjudul “*Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Program Doktorat Universitas Islam Negeri Raden Fatah dalam Penyusunan Disertasi*”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori perilaku pencarian informasi Ellis dan Wilson. Hasil penelitian yang didapatkan adalah diketahui bahwa informan memiliki pola pencarian informasi yang hampir sama karena mereka sudah memiliki tingkat kebutuhan informasi yang cukup tinggi untuk penyelesaian penulisan disertasi mereka. Pola pencarian kesemua informan

mengikuti tahapan starting, chaining, browsing, differentiating, monitoring, extrating, verifying, ending. Kendala yang ditemukan dalam pencarian informasi hanya terjadi ketika mahasiswa mengakses informasi jurnal terbaru seperti ejournal yang tidak ada di perpustakaan Program pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Penelitian ke empat adalah dari Ani Safitri, S.Pd tahun 2015, dari Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia dengan judul "*Pengelolaan In House Training Jurnalistik untuk Meningkatkan Kompetensi Karyawan Humas (Studi tentang Kompetensi Jurnalistik Kerjasama PT. Pertamina Asset 5 dengan Tempo Institute*". Penelitian tersebut dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Hasil yang didapat yaitu: (1) perencanaan pelatihan dilakukan pengelola TEMPO Insitute dengan melakukan koordinasi dengan PT. Pertamina EP Asset 5, tidak melibatkan peserta pelatihan secara langsung dalam identifikasi kebutuhan pelatihan, penyusunan program pelatihan dilakukan oleh TEMPO Insitue dengan berkordinasi dengan panitia PT.Pertamina EP Asset 5. (2) pelaksanaan pelatihan berlangsung selama tiga hari dua malam di Discovery Hotel and Convetion Ancol, Jakarta, dengan menggunakan pendekatan andragogy dan sistem kompetisi serta menggunakan metode pembelajaran kelompok. Pelaksanaan pembelajaran terdiri atas empat tahapan yaitu; pengalaman konkret, refleksi observasi, presentasi penugasan dan evaluasi dari mentor. (3) evaluasi dilakukan setelah penugasan dengan cara mentor memberikan evaluasi sekaligus penilaian dengan memberikan poin kepada masing-masing kompartemen, dan setelah pelatihan berlangsung dengan memberikan kuesioner yang telah disediakan oleh TEMPO Insitute. (4)

hasil pelatihan terhadap peningkatan kompetensi peserta terlihat pada aktivitas penugasan, presentasi penugasan serta hasil tulisan feature dan fotografi peserta pelatihan.

Penelitian yang terakhir adalah penelitian dari Dian Purworini, 2014, Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul penelitian “*Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo*”. Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian kualitatif. Dari analisis yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa humas pemda Sukoharjo menganut model komunikasi satu arah, dimana model ini bertumpu pada diseminasi informasi kepada publik. Ini menjelaskan nilai utama yang melekat dalam komunikasi di humas pemda. Nilai utama termasuk pola komunikasi, tipe informasi dan media yang digunakan. Komunikasi satu arah terbentuk karena pengaruh SDM yang ada dan peraturan yang berlaku di instansi tersebut.

Tabel 1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Judul	Metode/ Pendekatan	Teori	Hasil
1.	Oji Kurniadi, 2013, Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA/ Budaya Juranlistik di Metro TV	Kualitatif	Studi Kultural	Hasil yang ditemukan dalam penelitian tersebut adalah: Metro TV telah menjadi <i>Top of Mind</i> sebagai sumber informasi utama bagi pencari berita, masih kuatnya kepentingan pemilik dalam mewarnai isi berita berkaitan dengan suksesi menuju RI-1 tahun 2014, berita kekerasan masih mendominasi pemberitaan dalam televisi karena merupakan kondisi nyata yang ada dalam masyarakat Indonesia saat ini, metro TV berkomitmen untuk

				mengurangi tayangan-tayangan tersebut dan akan lebih memberikan solusi dan penjelasan duduk perkara suatu peristiwa, banyaknya pelanggaran etika dalam pemberitaan di Metro TV menunjukkan pengawasan internal belum dilakukan secara maksimal, <i>cameraperson</i> merupakan filter pertama dalam menyeleksi gambar yang patut atau layak ditayangkan.
2.	Tantyo Hamami, Dian Sinaga, dan Wina Erwina, 2014, Program studi Ilmu Perpustakaan Fikom Unpad/ <i>Perilaku Pencarian Informasi sebagai Sumber Gagasan Pembuatan Berita oleh Wartawan Pikiran Rakyat.</i>	Kualitatif/ Studi Kasus	Teori Perilaku Pencarian Informasi Kuhlthau	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua informan melakukan beberapa tahapan pencarian informasi, terdapat enam tahapan besar yang wartawan lakukan, yaitu tahap kegiatan awal pencarian informasi, tahap kegiatan pemilihan/ seleksi topik informasi, tahap kegiatan penelusuran/penjelajahan informasi, tahap kegiatan pengkoleksian informasi, tahap kegiatan penyajian dan satu tahap kegiatan wartawan yang bersifat fleksibel yaitu penentuan sudut pandang berita.
3.	Herlina, Sri Suriana, dan Misroni, tahun 2015, Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, yang berjudul " <i>Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Program Doktorat Universitas Islam Negeri Raden Fatah dalam Penyusunan Disertasi</i> ".	Kualitatif	Teori Perilaku Pencarian Informasi Ellis dan Wilson	Hasil penelitian yang didapatkan adalah diketahui bahwa informan memiliki pola pencarian informasi yang hampir sama karena mereka sudah memiliki tingkat kebutuhan informasi yang cukup tinggi untuk penyelesaian penulisan disertasi mereka. Pola pencarian kesemua informan mengikuti tahapan starting, chaining, browsing, differentiating, monitoring, extracting, verifying, ending. Kendala yang ditemukan dalam pencarian informasi hanya terjadi ketika mahasiswa mengakses informasi jurnal terbaru seperti ejournal yang tidak ada di perpustakaan Program pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4.	Ani Safitri, S.Pd, 2015, Pascasarjana Universitas Pendidikan	Kualitatif		(1) perencanaan pelatihan dilakukan pengelola TEMPO Insitute dengan melakukan koordinasi dengan PT. Pertamina EP Asset 5,

	<p>Indonesia/ <i>Pengelolaan In House Training Jurnalistik untuk Meningkatkan Kompetensi Karyawan Humas (Studi tentang Kompetensi Jurnalistik Kerjasama PT. Pertamina Asset 5 dengan Tempo Institute.</i></p>		<p>tidak melibatkan peserta pelatihan secara langsung dalam identifikasi kebutuhan pelatihan, penyusunan program pelatihan dilakukan oleh TEMPO Insitue dengan berkordinasi dengan panitia PT.Pertamina EP Asset 5. (2) pelaksanaan pelatihan berlangsung selama tiga hari dua malam di Discovery Hotel and Convetion Ancol, Jakarta, dengan menggunakan pendekatan andragogy dan sistem kompetisi serta menggunakan metode pembelajaran kelompok. Pelaksanaan pembelajaran terdiri atas empat tahapan yaitu; pengalaman konkret, refleksi observasi, presentasi penugasan dan evaluasi dari mentor. (3) evaluasi dilakukan setelah penugasan dengan cara mentor memberikan evaluasi sekaligus penilaian dengan memberikan poin kepada masing-masing kompartemen, dan setelah pelatihan berlangsung dengan memberikan kuesioner yang telah disediakan oleh TEMPO Insitute. (4) hasil pelatihan terhadap peningkatan kompetensi peserta terlihat pada aktivitas penugasan, presentasi penugasan serta hasil tulisan feature dan forografi peserta pelatihan.</p>
5.	<p>Dian Purworini, 2014, Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta/ <i>Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo.</i></p>	Kualitatif	<p>Dari analisis yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa humas pemda Sukoharjo menganut model komunikasi satu arah, dimana model ini bertumpu pada diseminasi informasi kepada publik. Ini menjelaskan nilai utama yang melekat dalam komunikasi di humas pemda. Nilai utama termasuk pola komunikasi, tipe informasi dan media yang digunakan. Komunikasi satu arah terbentuk karena pengaruh SDM yang ada dan peraturan yang berlaku di instansi tersebut.</p>

Peneliti memilih beberapa penelitian di atas sebagai tinjauan penelitian terdahulu karena penelitian-penelitian tersebut memiliki beberapa kesamaan dengan tema penelitian ini, seperti sama-sama meneliti mengenai dunia kejournalistikan di instansi pemerintahan, memiliki kesamaan dalam metode penelitian, dan teori yang digunakan, meskipun tujuan dari penelitiannya berbeda. Peneliti berharap dengan adanya beberapa penelitian terdahulu di atas dapat membantu peneliti untuk melaksanakan penelitian ke depannya.

1.5.2 Landasan Teoritis

1.5.2.1 Teori Perilaku Pencarian Informasi Kuhlthau

Teori Perilaku Pencarian Informasi salah satunya dikemukakan oleh Carol Collier Kuhlthau (2004) yang memberi nama teori ini sebagai “Information Search Process” (ISP). Teori ini dibagi menjadi 6 tahap yaitu: permulaan (inisiasi, seleksi, eksplorasi, formulasi, koleksi dan presentasi. Kuhlthau menguraikan bahwa pola pencarian informasi sifatnya berjenjang, dimulai dari sesuatu yang tidak jelas, sampai pada tahap kejelasan dari informasi yang dicarinya. Berikut adalah deskripsi dari langkah proses pencarian informasi menurut Kuhlthau. Berikut adalah deskripsi dari langkah proses pencarian informasi menurut Kuhlthau.

a. Initiation

Tahap ini terjadi ketika seseorang menyadari bahwa informasi akan dibutuhkan untuk melengkapi tugasnya. Mereka mulai merenungkan dan memahami tugasnya, lalu menghubungkan pengalaman dan pemahaman yang telah mereka punya, dan mempertimbangkan topik yang mungkin. Perasaannya

masih dipenuhi ketidakpastian, yang dilakukan adalah mengobrol dengan orang lain atau merawak (browsing) koleksi perpustakaan.

b. Topic selection

Perasaan ketidakpastian masih berlanjut, namun ada optimisme dan kegembiraan ketika seleksi selesai dibuat. Yang dilakukan adalah mengidentifikasi dan memilih topik utama yang akan diteliti dan pendekatan dalam pencarian. Topik dipilih dengan pertimbangan seperti ketertarikan pribadi, persyaratan tugas, ketersediaan informasi, dan waktu yang diperlukan. Dalam proses ini, tindakannya bisa termasuk membuat persiapan pencarian dari informasi yang tersedia; scanning dan skimming gambaran dari topik alternatif; dan berbicara dengan orang lain tentang segala kemungkinan.

c. Exploration

Ini adalah proses yang paling sulit. Perasaan kebingungan, ketidakpastian, dan keraguan seringkali bertambah dalam masa ini disebabkan oleh adanya penemuan informasi yang tidak cocok, tidak konsisten, dan tidak pas dengan konsep sebelumnya. Karenanya, sebagian orang akan menghentikan semua pencarian di tahap ini. Tindakan yang dilakukan adalah menempatkan informasi tentang topik utama, membaca, memahami dan menghubungkan informasi baru dengan apa yang telah diketahui.

d. Focus Formulation

Perasaan ketidakjelasan berkurang dan kepercayaan diri meningkat. Dalam tahap ini, informasi yang telah terkumpul diidentifikasi dan dipilih gagasan dari informasi untuk membentuk perspektif yang fokus. Strategi untuk memilih

pemusatan yang spesifik dalam topik utama adalah dengan membaca, membayangkan, membicarakan, dan menulis tentang tema-tema dan gagasan yang bersangkutan.

e. Collection

Dalam tahap ini, interaksi antara pengguna dan sistem informasi sangat efektif dan efisien. Mereka akan mengumpulkan informasi yang menjabarkan, memperluas, dan mendukung topiknya.

f. Search Closure / Presentation

Ada perasaan lega dalam proses terakhir ini, perasaan puas ketika pencarian berjalan dengan baik atau kekecewaan jika terjadi sebaliknya. Tugasnya adalah untuk melengkapi pencarian dan mempersiapkan penyajian atas apa yang telah ditemukan.

1.5.3 Kerangka Konseptual

1.5.3.1 Budaya Jurnalistik

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Bahasa, sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis. Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. Budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio-budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia.

Menurut E. B. Tylor dalam Jacobus (2013: 29), Kebudayaan adalah sesuatu yang akan memengaruhi tingkat pengetahuan dan meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak. Sedangkan perwujudan kebudayaan adalah benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

Jurnalistik secara etimologis adalah laporan tentang peristiwa sehari-hari yang saat ini kita kenal dengan istilah “berita” (*news*). Berita sendiri adalah laporan peristiwa aktual, faktual, penting, dan menarik yang dipublikasikan (dimuat) di media. Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya (Sumadiria: 2005: 12).

Jadi dari kedua pengertian mengenai budaya dan jurnalistik di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya jurnalistik adalah suatu cara atau kebiasaan yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok guna melakukan kegiatan berupa menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita kepada khalayak luas dengan waktu secepat-cepatnya.

1.5.3.2 Media Publik

Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media merupakan alat (sarana) komunikasi, perantara, atau penghubung. Jika dilihat pula dari asal katanya, ‘*Medius*’ (bahasa Latin) yang berarti ‘tengah’, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa media mengarah pada sebuah sarana/ alat untuk yang digunakan untuk menyajikan informasi.

Dalam R Indit (2012: 8) disebutkan bahwa dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan media merupakan perantara/ penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Menurut Arsyad dalam R Indit (2012:6) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.

Media sendiri banyak dipakai dalam berbagai bidang kehidupan manusia, terutama dalam proses pembelajaran. Media digunakan untuk mempermudah penyampaian informasi, sehingga pesan yang di sampaikan pemberi informasi dapat di terima dengan baik oleh penerima informasi.

Publik dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti orang banyak. Berbeda dengan pengertian massa secara umum, publik tidak berkumpul dalam suatu tempat tertentu melainkan tersebar. Publik mempunyai tujuan yang lebih

terarah, pandangan terhadap masalah, dan menentukan sikap serta menentukan pilihan. Dalam komunikasi, pengertian public tidak jauh berbeda dengan massa. Dalam komunikasi, publik dapat diartikan sebagai orang-orang yang datang menonton atau mengunjungi.

Dari kedua pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa media publik adalah sebuah media perantara/ penghubung yang terletak antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk yang digunakan untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat kepada sekelompok orang banyak atau organisasi yang memiliki tujuan yang lebih terarah.

Berbeda dengan media massa yang biasanya “hanya” menggunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, website, radio, dan televisi untuk menyampaikan informasi, maka media publik menggunakan lebih banyak media dalam pencapaian informasinya seperti e-mail, blog, jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter, Yahoo Messenger, Handphone (SMS), dan media lain yang bisa menjangkau khalayak luas/banyak seperti aksi demo, seminar, diskusi, dan sebagainya (Fajar: 2016).

1.5.3.3 Media Online

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam www.romelteamedia.com menjabarkan definisi media *online* sebagai berikut:

1. Pengertian Umum Media Online

Pengertian Media *Online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan

suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*.

2. Pengertian Khusus Media *Online*

Pengertian Media *Online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media --singkatan dari media komunikasi massa-- dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Pengertian media online secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online. Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media *online* sebagai berikut, “Media *online* adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet”. Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media *online* adalah media massa ”generasi ketiga” setelah media cetak (printed media) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (electronic media) –radio, televisi, dan film/video.

Media *Online* merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online – disebut juga cyber journalism didefinisikan wikipedia sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan berlokasi di salah satu instansi pemerintahan di Kota Bandung, yaitu pada Humas Pemerintahan Kota Bandung. Peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan Humas Pemkot Bandung merupakan salah satu instansi pemerintahan yang menyediakan beberapa ruang atau media publik untuk masyarakatnya. Dan untuk lebih spesifiknya, peneliti ingin mengkaji mengenai budaya jurnalistik dan bentuk kegiatan jurnaslitik yang diterapkan pada media publik berbasis *online* yang dimiliki Humas Pemkot Bandung. Media *Online* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *website* serta beberapa media sosial yang dimiliki Humas Pemkot Bandung seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Budaya yang dimaksud pun bukan hanya budaya organisasinya saja, namun termasuk juga budaya perorangan yang terlibat di dalam media tersebut.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

1.6.2.1 Paradigma Penelitian

Peneliti melakukan analisis berdasarkan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam studi komunikasi, paradigma konstruksionis ini sering sekali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna. Ia sering dilawankan dengan

paradigma positivis atau paradigma transmisi (Newman, 1997) dalam Moleong (2005).

Paradigma Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dengan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek (komunikator/decoder) sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosial (Newman, 1997) dalam Moleong (2005).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme ini karena tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengkaji secara lebih dalam lagi bagaimana budaya jurnalistik yang ada di media publik, lebih spesifik lagi misalnya untuk mengetahui bagaimana proses pencarian hingga penyebaran berita di media publik tersebut, apa saja hambatan yang ditemukan dalam melakukan kegiatan jurnalistik tersebut, dan bagaimana interaksi yang terjadi antara redaktur dan wartawan, ataupun sebagainya. Dari tujuan penelitian ini nantinya akan dihasilkan beberapa kategori yang akan menjelaskan bagaimana budaya jurnalistik yang terdapat di sebuah media publik yang menjadi lokasi penelitian.

1.6.2.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang paling cocok digunakan untuk membahas secara mendalam guna mengetahui opini, sikap, tanggapan, keinginan, dan kemauan seseorang atau sekelompok orang secara deskriptif. Pendekatan kualitatif yang

digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan subjektif interpretif dengan menggunakan paradigma konstruktivis di dalamnya. Pendekatan subjektif interpretif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti (Newman, 1997: 68) dalam Moleong (2005).

Oleh karena itu pendekatan penelitian kualitatif cocok digunakan dalam penelitian ini sebab penelitian ini ingin mengkaji bagaimana budaya jurnalistik dan bentuk kegiatan jurnalistik yang diterapkan dalam sebuah media publik berbasis *online*.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Sebagaimana Bigdan dan Taylor mendefinisikan metodologi sebagai mekanisme penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik itu tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati oleh peneliti (Moeloeng, 2002:3), maka jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana budaya jurnalistik dan bentuk kegiatan jurnalistik yang diterapkan dalam sebuah media publik milik instansi pemerintahan Humas Pemkot Bandung sehingga nantinya dapat dideskripsikan dengan jelas.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif yakni data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dan dipandang sebagai bagian dari suatu keutuhan tanpa mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis (Bogdan dan Tylor dalam Moloeng, 2005:3). Bentuk lain data kualitatif adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video. Data kualitatif diperoleh dari analisis dokumen dan wawancara yang dituangkan kedalam catatan lapangan atau transkrip.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data deskriptif berupa kata-kata lisan dari beberapa informan yang diwawancarai di lapangan terkait bentuk budaya dan kegiatan jurnalistik yang diterapkan oleh Humas Pemkot Bandung dalam kegiatan kejournalistikannya.

1.6.4.2 Sumber Data

1. Sumber Data Primer adalah sumber data utama yang digunakan untuk bahan analisis penelitian. Sumber data yang digunakan diperoleh dari hasil wawancara penulis dengan beberapa narasumber yang akan dijadikan informan dalam penelitian ini, serta analisis terhadap media yang dibahas dalam penelitian ini dikaitkan dengan hasil wawancara terhadap informan.
2. Sumber Data Sekunder adalah sumber data penunjang yang diperoleh dari literatur-literatur yang mendukung data primer seperti kamus, internet, buku-buku yang berhubungan dengan penelitian, misalnya berita-berita

yang diperoleh dari portal-portal yang bersangkutan dengan tujuan penelitian ataupun buku-buku penunjang yang dibutuhkan di dalam penelitian.

1.6.5 Penentuan Informan

1.6.5.1 Informan

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah manusia, sehingga di dalam penelitian ini akan ada beberapa informan yang terlibat di dalam fokus penelitian dan sesuai dengan kriteria berdasarkan tujuan penelitian ini. Informan dalam penelitian ini adalah seseorang yang terlibat langsung baik dalam proses pencarian hingga penyebarluasan berita, maupun orang yang memiliki tugas penting di media publik yang ada pada Humas Pemkot Bandung, seperti wartawan, redaktur, dan sebagainya.

1.6.5.2 Teknik Penentuan Informan

Menurut pendapat Spradley dalam Moleong (2010: 165) informan harus memiliki beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan yaitu :

1. Subjek yang telah lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi di luar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan.
2. Subjek masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran atau penelitian. Subjek mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi.

3. Subjek yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, di mana pemilihan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka peneliti merumuskan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Wawancara, adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya, menurut Kriyantono dalam Rifefan (2014: 25).
- b. Observasi adalah dengan melakukan pengamatan langsung dan bebas terhadap objek penelitian dan unit analisis.
- c. Studi dokumentasi, yakni catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya seseorang, menurut Sugiyono dalam Rifefan (2014: 26). Dalam penelitian ini studi dokumentasi dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti dalam berita-berita mengenai humas kota Bandung, dan sebagainya.
- d. Studi kepustakaan (*library research*), yakni pemanfaatan bahan-bahan referensi sebagai rujukan teori dan asumsi yang berkaitan serta menunjang

penelitian. Studi kepustakaan dalam penelitian ini, mengumpulkan informasi dengan cara menelaah berbagai sumber referensi yang berkaitan dengan tema penelitian ini, misalnya buku-buku penunjang yang dapat membantu proses penelitian ini.

- e. Penelusuran data *online* (*internet searching*), pengumpulan data dengan memanfaatkan teknologi dunia maya (internet). Teknik pengumpulan data ini dimaksudkan untuk memaksimalkan data yang diperlukan. Data *online* ini misalnya bisa didapatkan melalui *website* pribadi yang dimiliki oleh huimas pemerintahan kota bandung.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik triangulasi sebagai metode keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2010:330).

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan tirangulasi sumber. Patton dan Moleong (2010:330) mengungkapkan bahwa teknik triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan pengambilan data menggunakan wawancara yang mana sumber berperan aktif dalam memberikan infromasi yang berkenaan dengan penelitian ini. Data akan dibandingkan sesuai dengan apa yang dikatakan informan baik menurut pandangan informan dan juga situasi yang terjadi.

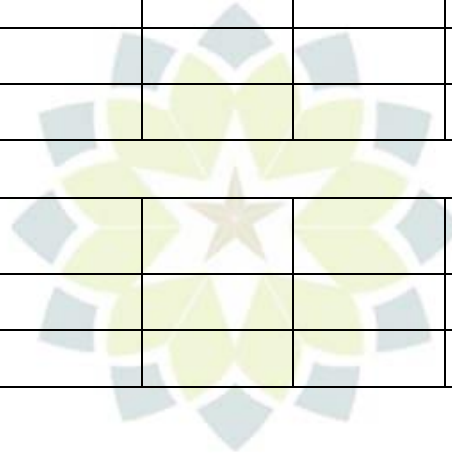
1.6.8 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data dan informasi yang diperoleh dari penelitian lapangan nantinya, peneliti menggunakan analisis *interactive model* yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994) dalam (Pawito, 2007:104).

Teknik analisis ini memiliki tiga komponen, yaitu:

- a. Reduksi data, dimaksudkan bahwa dalam tahap ini sebagai proses pemilihan data dan informasi yang telah didapatkan selama melakukan penelitian di lapangan. Dalam tahap ini peneliti fokus pada penyederhanaan data yang diperoleh. Setelah data yang diperoleh mampu diringkas, peneliti dapat menemukan konsep-konsep serta pola data yang diinginkan yang kemudian dirancang dalam bentuk hasil analisa akhir.
- b. Penyajian data, merupakan sebuah proses yang menyajikan data penelitian dalam sebuah kesatuan yaitu hasil akhir penelitian melalui kalimat yang disusun secara sistematis dan logis sehingga akan mudah dipahami. Oleh karena itulah sangat diperlukan penyajian data yang jelas dan sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan pekerjaannya.
- c. Kesimpulan, merupakan implikasi dari prinsip induktif penelitian. Selain itu, kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung guna memperoleh kebenaran tentang sebuah data dan informasi. Secara keseluruhan, data dan informasi yang diperoleh akan diuji kebenarannya, kekuatannya, serta kecocokannya dengan tujuan penelitian.

	Pelaksanaan penelitian									
	Analisis dan pengolahan data									
	Penulisan laporan									
	Bimbingan skripsi									
4.	Tahap ke-4									
	Bimbingan akhir skripsi									
	Sidang skripsi									
	Revisi skripsi									



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG