

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan aktivitas dasar yang tidak bisa dipisahkan pada manusia, karena pada hakikatnya tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam suatu proses interaksi komunikasi pada manusia lainnya. Pada dasarnya berkomunikasi dapat menghubungkan antara komunikator dan komunikan dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi baik secara verbal maupun non-verbal.

Komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja dan memiliki tujuan sesuai dengan harapan atau keinginan pelaku komunikasi. Ruslan (2005:20). Komunikasi merupakan aktivitas proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui proses saluran tertentu sehingga menimbulkan feedback atau efek berupa tingkah laku ataupun sikap yang ditimbulkan oleh komunikan tersebut.

Strategi pada umumnya merupakan sebuah manajemen, perencanaan, dan ide yang dilakukan secara sistematis dan juga terstruktur untuk mencapai suatu target atau tujuan yang diinginkan, dalam mencapai suatu target dibutuhkan kerjasama tim yang mempunyai visi, misi yang sama untuk melakukan suatu aktivitas agar berjalan dengan baik serta harmonis demi mewujudkan target atau *goals* tersebut. Dalam komunikasi terdapat kajian strategi komunikasi yang ditunjukkan untuk menyelesaikan permasalahan proses komunikasi yang dilakukan oleh siapa saja. Keberhasilan kegiatan atau aktivitas komunikasi secara efektif ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang baik.

Strategi komunikasi dapat dimaknai sebagai suatu kondisi kesesuaian antara harapan dengan kenyataan dalam konteks komunikasi antarmanusia, media dan lingkungan untuk mencapai tujuan. Menurut (Cangara, 2013: 61) Strategi komunikasi merupakan gabungan terbaik dalam semua elemen yang terkandung dalam proses komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima pesan (Komunikan) sampai kepada pengaruh (efek) yang direncanakan untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal .

Perkembangan di era digital saat ini mengubah seorang praktisi humas menggunakan metode pola komunikasi yang lebih modern atau mengikuti perkembangan zaman agar informasi atau pesan yang ingin disampaikan berjalan dengan baik, efektif dan juga tepat sasaran. Menurut Cutlip, Center & Broom (2011: 5) humas atau *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang punya kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Humas yang bertugas sebagai jembatan informasi dari instansi atau lembaga kepada publiknya yang dituntut untuk memberikan layanan informasi yang sebaik mungkin kepada publiknya karena publik disini jelas sangat berkaitan erat dengan instansi atau lembaga. Salah satu upaya yang dilakukan oleh praktisi kehumasan di perkembangan digital era saat ini selain menggunakan pendekatan pola komunikasi serta media komunikasi sebagai alat untuk mendistribusikan,

memproduksi dan mereproduksi agar pesan yang disebarkan dapat tersampaikan serta dapat diterima oleh masyarakat luas dan juga efektif.

Perkembangan era digital saat ini tidak menutup kemungkinan humas melakukan pekerjaannya menggunakan media komunikasi, media komunikasi merupakan alat atau sarana yang di gunakan oleh humas untuk menyebarkan pesan berupa informasi atau berita kepada masyarakat luas. Dengan adanya media pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dan pesan yang disampaikan juga dapat diterima oleh masyarakat luas dengan adanya media komunikasi sebagai alat untuk berinteraksinya.

Diskominfo sebagai bagian dari Pemda Purwakarta yang merupakan corong atau jembatan dalam memberikan informasi atau pesan, mengenai kegiatan Pemda Purwakarta, informasi seputar wilayah Kabupaten Purwakarta dan layanan pengaduan untuk masyarakat. Berdasarkan data pra wawancara yang dilakukan peneliti dengan Dra. Hj. Siti Ida Hamidah, M.M. selaku Kepala Dinas Informasi dan Komunikasi Purwakarta mengatakan bahwa Diskominfo sebagai humas Purwakarta yang memberikan informasi kepada masyarakat serta berkoordinasi dengan semua lembaga, organisasi dan lainnya untuk selanjutnya di publikasikan, seperti salah satunya yang dilakukan oleh Diskominfo ditengah pandemi Covid-19, mereka melakukan pemberitaan di media agar masyarakat teredukasi mengenai virus Covid-19 dan juga menyediakan informasi terupdate seputar perkembangan Covid 19 yang sedang terjadi hingga saat ini.

Corona Virus Disease-2019 atau yang biasa dikenal Covid-19, berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari covid19.purwakartakab.go.id Covid-19

adalah penyakit menular yang disebabkan oleh corona virus yang baru ditemukan. Sebagian besar orang yang terinfeksi Covid-19 akan mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus. Orang yang lebih tua, dan mereka yang memiliki masalah medis mendasar seperti penyakit kardiovaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis, dan kanker lebih mungkin mengembangkan penyakit serius. Cara terbaik untuk mencegah dan memperlambat penularan dengan mencuci tangan atau sering menggunakan hand sanitizer dan tidak menyentuh wajah.

(Sumber: <https://covid19.purwakartakab.go.id> diakses pada tanggal 03 Maret 2021 pukul 01.26 WIB)

Humas Kabupaten Purwakarta disisi lain melakukan aktivitas persuasif untuk mengubah sikap maupun tindakan kepada masyarakat khususnya di kabupaten purwakarta, untuk tidak panik akan pandemi yang sedang terjadi saat ini, dan juga menuruti anjuran pemerintah terkait untuk mengikuti protokol kesehatan seperti *social distancing*, selalu mencuci tangan, dan membatasi aktivitas sementara. Dalam hal ini humas mengkampanye kan pesan tersebut melalui strategi komunikasi yang menggunakan berbagai media sebagai alatnya seperti melalui radio maupun media sosial seperti website resmi pemda Purwakarta maupun instagram, twitter, facebook Diskominfo

Berdasarkan latar belakang penelitian penulis tertarik untuk meneliti strategi komunikasi humas yang dilakukan oleh humas Kabupaten Purwakarta dalam pencegahan Covid-19 yang meliputi pemilihan media, pesan yang disampaikan oleh komunikator, serta efek yang dihasilkan oleh komunikasi.

penulis tertarik meneliti kasus ini karena ingin mengkaji lebih dalam bagaimana sikap atau cara yang diambil oleh humas kabupaten purwakarta dalam menyikapi pandemi Covid-19. Seperti yang kita tau bahwa pandemi ini sangatlah banyak berimbas kepada berbagai sektor seperti pendidikan, kesehatan, pariwisata dan lain-lain, dengan begitu berimbas pula kepada sektor ekonomi dimasyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Purwakarta, dengan ini peneliti tertarik dengan langkah-langkah atau rencana yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Purwakarta, serta bagaimana cara mensosialisasikan kepada masyarakat perihal memutus rantai penularan Covid -19 di Kabupaten Purwakarta.

B. Fokus penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, dapat disimpulkan fokus masalah dalam penelitian ini terkait Strategi Komunikasi Humas Dalam Penyebaran Informasi Mengenai Pencegahan Covid-19 di Kabupaten Purwakarta. Guna mendukung fokus terhadap penelitian ini, dirumuskan beberapa pertanyaan permasalahan terkait Strategi Komunikasi Humas Dalam Penyebaran Informasi Mengenai Pencegahan Covid-19 di Kabupaten Purwakarta sebagai berikut :

1. Bagaimana pesan yang disampaikan oleh humas Kabupaten Purwakarta dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan Covid-19 ?
2. Bagaimana *feedback* masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh Humas Kabupaten Purwakarta dalam penyebaran informasi pencegahan Covid-19 ?
3. Bagaimana media yang digunakan oleh humas Kabupaten Purwakarta dalam menyampaikan informasi mengenai pencegahan Covid-19 ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis dengan maksud untuk mengetahui mengenai Strategi Komunikasi Humas Dalam Penyebaran informasi Mengenai Pencegahan Covid-19 Di Kabupaten Purwakarta berikut tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pesan yang disampaikan oleh humas Kabupaten Purwakarta dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan Covid-19.
2. Untuk mengetahui *feedback* masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh Humas Kabupaten Purwakarta dalam penyebaran informasi pencegahan Covid-19
3. Untuk mengetahui media yang digunakan oleh humas Kabupaten Purwakarta dalam menyebarkan informasi mengenai pencegahan Covid 19

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama prodi kehumasan dalam kajian Strategi Komunikasi *Public Relations*. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi, sumber rujukan, atau dapat memperkaya studi mengenai implementasi Strategi Komunikasi *Public Relations* berdasarkan metode deskriptif.

2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan bagi para praktisi, para akademis maupun para pembaca atau masyarakat luas dalam ilmu

komunikasi terutama bidang kehumasan, dalam kajian implementasi Strategi Komunikasi *Public Relations* sehingga dapat dijadikan referensi bagi kegiatan penelitian yang akan dilaksanakan.

E. Hasil Penelitian Yang Relevan

Kajian literatur dalam sebuah penelitian merupakan proses analisis studi yang terdahulu dimana datanya dianggap relevan dalam penelitian, proses analisis dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu. Cara ini dilakukan untuk melihat adanya perbedaan dan persamaan dari setiap penelitian, baik penelitian terdahulu maupun penelitian yang akan dilaksanakan. Perbedaan dan persamaan itulah yang dijadikan bahan dalam melihat keoriginalitasan sebuah penelitian, adanya kesamaan maupun perbedaan dalam penelitian merupakan suatu hal lumrah yang dapat digabungkan satu sama lain untuk melengkapi sebuah penelitian.

Table 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Dan Teori	Hasil	Perbedaan
1.	Siti Pitri Nur Kholiqoh (2019) Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Konst. Humas. UIN Sunan Gunung Djati	<i>Strategi humas mensosialisasikan e- toll card dalam upaya mengurangi kemacetan di gerbang tol : analisis kualitatif pada praktisi Humas PT. Jasa Marga GTO Cileunyi Bandung</i>	Metode Analisis Deskriptif, Teori manajemen hubungan (Relationship Management theory)	Strategi humas PT. Jasa Marga dalam mensosialisasikan program e-toll card yaitu melalui media elektronik televisi, radio. Selain itu juga ada media online yaitu website. Kemudian media cetak yaitu surat kabar dan juga sosialisasi secara langsung dilakukan di gerbang tol, Car Free Day Dago dan rest area. Dalam kegiatan sosialisasi ini Humas PT. Jasa Marga juga bekerja sama dengan beberapa awak media juga agent tertentu	Perbedaan ya terdapat pada teori, objek, dan lokasi penelitian.

2	Adelia Masrifah Cahyani (2019) Skripsi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya	Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media Sosial	Metode Deskriptif Kualitatif, teori ekologi media	Pemkot Surabaya menyampaikan pesan melalui sosial media berdiskusi dahulu dengan tim media sosial agar pesan yang disampaikan sesuai tujuan, mengadakan beberapa acara perlombaan, dalam sosial media memiliki segmentasi tersendiri bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memilah dan menanggapi respon kendala masyarakat untuk selanjutnya diskusi dengan dinas terkait untuk memberikan tanggapan.	Perbedaan ya terdapat pada teori, objek, dan lokasi penelitian.
---	--	---	---	---	--

3.	Fitri Adlina (2020) Skripsi Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung	<i>Strategi Komunikasi Humas Museum Lampung Dalam Mempromosikan Koleksi Budaya Adat Lampung Kepada Masyarakat Kota Bandar Lampung</i>	Metode penelitian Deskriptif Kualitatif, Teori pengelolaan makna atau CMM (Coordinate Management of Meaning Theory)	Museum Lampung melakukan pemetaan publiknya berdasarkan segmentasi dari kegiatan atau acara yang diselenggarakan. Museum Lampung memilih memanfaatkan media publikasi yang tersedia yaitu website, media sosial seperti twitter, facebook dan instagram kemudian media online dan media massa.	Perbedaan ya terdapat pada teori, objek, dan lokasi penelitian.
4	Permala Sari(2020) Skripsi Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau	Strategi Komunikasi Humas BPJS Ketenagakerjaan Rengat Dalam Mensosialisasikan	Metode Deskriptif Kualitatif, Peran PR	BPJS Ketenagakerjaan Kcp Rengat dalam melakukan sosialisasi jaminan kecelakaan kerja menggunakan beberapa tahap yaitu <i>fact finding</i> , planning, communication, evaluation	Perbedaan ya terdapat pada teori, objek, dan lokasi penelitian

		Program Jaminan Kecelakaan Kerja			
5	Anindita Lestari (2020) Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret	strategi komunikasi aisas dalam membangun brand awareness sapa kopi (studi kasus mengenai strategi komunikasi aisas dalam membangun brand awareness sapa kopi berbasis akun sosial media instagram tahun 2019)	Metode Studi Kasus, Teori model AISAS	Menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi masyarakat dalam mengenal suatu produk. Sapa Kopi telah menerapkan model AISAS pada setiap tahapannya sebagai strategi untuk membangun brand awareness dari masyarakat. Respon yang di dapatkan dari konsumen mengenai hasil dari strategi yang telah dilakukan juga bervariatif.	Perbedaann ya terdapat pada teori, objek, metode dan lokasi penelitian.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Siti Pitri Nur Kholiqoh, Humas UIN Sunan Gunung Djati pada tahun 2019 yang berjudul “*Strategi Humas mensosialisasikan e-toll card dalam upaya mengurangi kemacetan di gerbang tol: Analisis kualitatif pada praktisi Humas PT. Jasa Marga GTO Cileunyi Bandung.*” Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Tujuan penelitian ini berupaya mengetahui strategi humas PT. Jasa Marga dalam mensosialisasikan program e-toll card upaya mengurangi kemacetan di gerbang tol Cileunyi melalui berbagai macam strategi yang dilakukan oleh Humas PT. Jasa Marga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi humas PT. Jasa Marga dalam mensosialisasikan program e-toll card yaitu melalui media elektronik televisi, radio. Selain itu juga ada media online yaitu website. Kemudian media cetak yaitu surat kabar dan juga sosialisasi secara langsung dilakukan di gerbang tol, Car Free Day Dago dan rest area. Dalam kegiatan sosialisasi ini Humas PT. Jasa Marga jugabekerja sama dengan beberapa awak media juga agent tertentu.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Adelia Masrifah Cahyani, Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Ampel Surabaya pada tahun 2019 yang berjudul “*Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media Sosial*” Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Dalam menyampaikan pesan melalui sosial media Humas Pemkot Surabaya terlebih melakukan diskusi dengan tim media sosial untuk menentukan pesan dari pesan tersebut dan bagaimana mengemas pesan yang akan di sampaikan kepada khalayak agar sesuai dengan

tujuan yang diharapkan. (2) Untuk memperoleh perhatian dan kepercayaan dari masyarakat. Humas Pemkot Surabaya memberikan konten media sosial yang begitu variatif sesuai dengan apa yang sedang marak di lingkungan masyarakat khususnya di Kota Surabaya. (3) Sebagai upaya mengajak masyarakat berpartisipasi dalam segala kegiatan dan program Pemerintah Kota Surabaya, Humas Pemkot Surabaya mengadakan lomba foto di media sosial setiap bulannya. Selain untuk mempertahankan visi misi kota Surabaya hal ini juga sebagai tempat untuk memfasilitasi aspirasi dan karya dari warga kota Surabaya. (4) Dalam penggunaan media sosial Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube, Humas Pemkot Surabaya memiliki segmentasi tersendiri yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memilah informasi yang dibutuhkan melalui sosial media. (5) Dalam menanggapi respon dan kendala dari masyarakat di media sosial Humas melakukan pemantauan secara berkala dan kemudian diskusi dengan dinas terkait kemudian memberikan tanggapan dengan penjelasan

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Fitri Adlina, Universitas Lampung pada tahun 2020 yang berjudul *“Strategi Komunikasi Humas Museum Lampung Dalam Mempromosikan Koleksi Budaya Adat Lampung Kepada Masyarakat Kota Bandar Lampung”*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Museum Lampung dalam mempromosikan koleksi budaya adat Lampung kepada masyarakat Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif.

Hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa Museum Lampung melakukan pemetaan publiknya berdasarkan segmentasi dari

kegiatan atau acara yang diselenggarakan. Museum Lampung memperkirakan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan melalui penetapan target dari program-program kegiatan yang dilaksanakan dan jumlah pengunjung. Sasaran yang dilakukan oleh Museum Lampung baik secara internal maupun eksternal untuk mengetahui keunggulan, mengatasi kekurangan, melihat peluang dan menghadapi tantangan. Museum Lampung memilih memanfaatkan media publikasi yang tersedia yaitu website, media sosial seperti twitter, facebook dan instagram kemudian media online dan media massa. Museum Lampung melakukan evaluasi dari proses perencanaan dan pelaksanaan hingga memantau perkembangan program yang diselenggarakan. Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Museum Lampung, Koleksi, Promosi, Budaya Adat Lampung.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Permala Sari, Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2020 yang berjudul "Strategi Komunikasi Humas BPJS Ketenagakerjaan Rengat Dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kecelakaan Kerja " Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif kualitatif dan pendekatan interpretif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPJS Ketenagakerjaan Kcp Rengat dalam melakukan sosialisasi jaminan kecelakaan kerja menggunakan beberapa tahap yaitu : (1) Fact finding atau yang dikenal dengan penemuan fakta, (2) planning atau perencanaan, (3) Communication atau komunikasi, yang terakhir (4) Evaluation atau evaluasi. Implikasi penelitian bahwa untuk memaksimalkan pelayanan peserta khususnya menyosialisasikan program jaminan kecelakaan

kerja, BPJS Ketenagakerjaan Kcp Rengat agar lebih mampu meningkatkan penyebaran informasinya kepada masyarakat.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Anindita Lestari, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret pada tahun 2020 yang berjudul “Implementasi strategi komunikasi aisas dalam membangun brand awareness sapa kopi (studi kasus mengenai strategi komunikasi aisas dalam membangun brand awareness sapa kopi berbasis akun sosial media instagram tahun 2019)” penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi masyarakat dalam mengenal suatu produk. Sapa Kopi telah menerapkan model AISAS pada setiap tahapannya sebagai strategi untuk membangun brand awareness dari masyarakat. Respon yang di dapatkan dari konsumen mengenai hasil dari strategi yang telah dilakukan juga bervariasi.

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teori

Model yang digunakan peneliti dalam landasan teoritis adalah model komunikasi asimetris dua arah (*two way asymmetrical communication*) Menurut Grunig dan Hunt (1992:39) praktisi *Public Relations* berperan sebagai mediator dalam organisasi dan publik mereka. Model ini menitikberatkan Humas melakukan kampanye melalui komunikasi dua arah untuk menyampaikan pesan-pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasif publik secara ilmiah (*scientific pesuasive*). Untuk kebenaran informasi diperhatikan untuk membujuk publik agar mau bekerja sama, bersikap terbuka sesuai harapan

organisasi. Dalam hal ini masalah *feedback* dari pihak masyarakat diperhatikan, serta berkaitan dengan informasi mengenai khalayak di perlukan sebelum melaksanakan komunikasi.

Alasan peneliti menggunakan model ini karena dalam hal strategi komunikasi tentu tidak serta merta menyebarluaskan informasi kepada publik begitu saja, ada beberapa point yang harus diperhatikan dalam melakukan penyampaian pesan, dalam hal ini pesan yang disampaikan perlu menggunakan kata-kata yang sederhana sehingga masyarakat mampu mengerti isi pesan yang diterimanya, selain itu pemilihan segmentasi juga merupakan suatu hal yang penting bagi ke efektifan pesan tersebut, karena dalam hal penyampaian pesan dibutuhkanlah segmentasi yang sesuai agar pesan tersebut bisa diterima publiknya secara optimal. Selain itu *feedback* publik setelah menerima pesan tersebut, dalam strategi komunikasi hal ini tentu menjadi suatu hal yang penting, karena kita dapat mengevaluasi terkait *feedback* yang ditimbulkan oleh masyarakat setelah mendengar atau membaca terhadap pesan penyebaran informasi pencegahan Covid-19. Selanjutnya pemilihan media apa yang akan digunakan untuk menyebarluaskan pesan atau informasi tersebut, dalam hal ini pemilihan media tentunya diperlukan untuk memudahkan akses masyarakat dalam mendapatkan informasi atau pesan tersebut, untuk itu pemilihan media harus sangat tepat agar pesan atau informasi yang diterima oleh masyarakat bisa mudah diterima pesannya sesuai segmentasi yang diharapkan oleh humas Kabupaten Purwakarta.

2. Kerangka Konseptual

1. Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif ditentukan oleh beberapa strategi komunikasi, menurut Effendy (1981 : 84) strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu mengejawantahkan bagaimana operasionalnya secara praktis, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) yang digunakan dapat berbeda sewaktu-waktu tergantung dengan situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi menurut Arifin (1984:10) Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan, jadi merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.

2. Humas

Menurut Ardianto (2009 : 58) humas adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, menetapkan dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan segala lapisan masyarakat yang mnenentukan keberhasilan atau kegagalan seorang humas. Menurut Effendy (2006:23) Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik

dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama.

3. Pencegahan Covid-19

Menurut KBBI dituliskan jika pengertian pencegahan adalah sebuah langkah-langkah untuk mencegah atau mengatasi suatu persoalan, dalam studi penelitian ini yakni perihal virus covid-19 yang melanda dunia khususnya Indonesia, pemerintah khususnya pemerintah daerah Kabupaten Purwakarta bagaimana perihal langkah-langkah yang ditempuh untuk melakukan pencegahan dalam hal virus Covid-19 ini, serta bagaimana kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam melakukan penyebaran informasi kepada masyarakat terkait pelaksanaan pencegahan virus covid 19 di Kabupaten Purwakarta.

COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh coronavirus yang baru ditemukan. Sebagian besar orang yang terinfeksi COVID-19 akan mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus. Orang yang lebih tua, dan mereka yang memiliki masalah medis mendasar seperti penyakit kardiovaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis, dan kanker lebih mungkin mengembangkan penyakit serius merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan.

4. Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi dalam hal ini merupakan sebuah bentuk informasi, himbauan atau berita yang di sampaikan kepada masyarakat luas menggunakan media tertentu , sehingga masyarakat luas bisa menerima informasi tersebut secara

cepat dan utuh. Pemerintah Kabupaten Purwakarta dalam menyebarkan informasi kepada khalayaknya tentu tidak serta merta menyebarkan informasi begitu saja, ada beberapa tahapan yang dilakukan sehingga pesan atau informasi tersebut dapat diterima dengan baik oleh masyarakatnya, dalam memproses pesan yang akan disampaikan salah satunya pemerintah purwakarta menggunakan beberapa strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan tersebut efektif.

G. Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dinas Komunikasi Dan Informatika adalah tempat penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yang berlokasi Jl. Gandanegara No.25, Nagri Kidul, Kec. Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41111. Pemilihan tempat penelitian ini dikarenakan Dinas Komunikasi Dan Informatika memiliki ketersediaan sumber data yang dibutuhkan oleh peneliti, hal tersebut menjadi alasan bagi peneliti untuk memilih tempat tersebut.

2. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan juga perlakuan peneliti terhadap ilmu dan teori. Paradigma juga mampu menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab penelitian. Menurut Creswell (2014:32), paradigma konstruktivisme sosial individu-individu berusaha memaknai makna-makna yang beragam.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena dalam penelitian ini peneliti ingin menginterpretasikan pemahaman informan dalam strategi komunikasi humas dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan Covid-19 di Kabupaten Purwakarta, peneliti melakukannya agar mendapatkan data atau informasi yang relevan.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memilih dan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang berusaha menjelaskan fenomena dengan pemahaman mendalam dari sejumlah orang berasal dari masalah sosial. pendekatan kualitatif juga dijadikan sebagai arahan peneliti supaya fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada. Menurut Creswell (2014:58) penelitian kualitatif ini berusaha untuk memaknai atau menafsirkan fenomena dalam sudut pandang maknanya yang diberikan oleh masyarakat kepada peneliti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin menginterpretasikan atau memahami serta mengetahui lebih dalam bagaimana pelaksanaan penyebaran informasi pencegahan covid-19 berupa pesan yang dikemas oleh humas Kabupaten Purwakarta dan berbagai macam *feedback* masyarakat terhadap pesan pesan tersebut serta pemilihan media apa yang digunakan dalam penyebaran informasi.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini memilih dan menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang diteliti sesuai dengan data

dan kejadian di lapangan, yang kemudian diolah dan ditarik kesimpulan. Menurut Mukhtar (2013: 10-11) penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada suatu saat tertentu. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian dan perilaku subjek penelitian pada suatu periode tertentu.

Peneliti memilih menggunakan penelitian deskriptif kualitatif untuk memusatkan perhatiannya pada fenomena yang akan diteliti yakni tentang strategi komunikasi humas dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan Covid-19 di Kabupaten Purwakarta, selanjutnya berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada yakni keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian sedang dilakukan dan dianalisis sehingga bisa membuat kesimpulan.

5. Jenis Data

Jenis data penelitian ini adalah data kualitatif karena pendekatan yang digunakan pendekatan kualitatif. Adapun data-data yang dikumpulkan mengenai :

- 1) Data pesan yang disampaikan oleh humas Kabupaten Purwakarta dalam penyebaran informasi mengenai pencegahan Covid-19
- 2) Data *feedback* masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh Humas Kabupaten Purwakarta dalam penyebaran informasi pencegahan Covid-19
- 3) Data media yang digunakan oleh humas Kabupaten Purwakarta dalam menyampaikan informasi mengenai pencegahan Covid-19.

6. Sumber Data

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yakni Sumber data primer dan sumber data sekunder :

- 1) Sumber data primer adalah sumber data yang data-datanya diperoleh dari wawancara dengan pihak-pihak terkait yang memiliki wewenang terkait penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan Kepala Humas Kabupaten Purwakarta, Staff Humas Kabupaten Purwakarta, Ketua Satgas Covid-19 Kabupaten Purwakarta.
- 2) Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari berbagai literatur yang sesuai dengan tema penelitian. Dalam hal ini majalah, sosial media diskominfo, dokumen-dokumen dan lain-lain yang terkait dengan fokus penelitian.

7. Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini adalah orang atau pelaku yang mengetahui dan benar menguasai masalah, serta terlibat langsung dalam masalah penelitian. Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah berdasarkan pada asas subjek yang menguasai permasalahan, memiliki data dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat.

Informan yang memenuhi syarat kriteria yang dijadikan informan dalam penelitian ini diantaranya, mengikuti kegiatan kampanye penyebaran informasi mengenai pencegahan Covid-19 dari awal hingga akhir kegiatan, bersedia memberikan informasi secara lengkap serta menguasai permasalahan yang ada, berikut adalah informan penelitian :

- 1) Kepala Humas Kabupaten Purwakarta
- 2) Staff Humas Kabupaten Purwakarta
- 3) Ketua Satgas Covid-19 Kabupaten Purwakarta

4) Masyarakat Kabupaten Purwakarta

8. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah segala keterangan atau informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah:

1) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti untuk memperoleh data secara lengkap, menurut (R.Tarigan dan M.Suparmoko,1995:15) wawancara merupakan salah satu metode untuk memperoleh data dengan bertanya secara langsung kepada responden dengan menggunakan kuisioner yang telah dirancang dan dipersiapkan.

Peneliti akan melakukan wawancara dengan kepala humas Kabupaten Purwakarta dan beberapa staff humas Kabupaten Purwakarta, wawancara ini dilakukan agar peneliti mendapatkan data seputar bagaimana pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat mengenai pencegahan Covid-19 dan juga mengenai *feedback* masyarakat terhadap pesan-pesan tersebut. Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti tidak berfokus pada yang telah disusun, namun dapat juga berkembang sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

2) Dokumentansi

Dokumentasi digunakan untuk menelusuri data histori. Sifat utama dari data ini adalah tak terbatas ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang lalu (Elvinaro, 2010:167). Peneliti akan memperoleh data sekunder dari dokumen-dokumen yang terkait dengan masalah

yang akan diteliti, baik berupa foto, laporan tertulis maupun catatan pribadi. Metode ini memudahkan peneliti dalam melakukan pengecekan mengenai informasi secara detail untuk menelusuri data historis terkait postingan di media sosial humas Kabupaten Purwakarta dalam penyebaran informasi Pencegahan Covid-19 Di Kabupaten Purwakarta.

9. Teknis Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan cara pencarian data berlangsung, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Menurut Miles dan Huberman (1984:246) aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus hingga data yang didapatkan sudah lengkap dan memuaskan serta dilakukan secara interaktif, dalam aktivitas analisis data dibagi menjadi 3 yakni :

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti memilih hal-hal pokok, merangkum, mencari tema untuk memfokuskan pada hal-hal yang penting, agar mempermudah peneliti dalam pengambilan data dari informan selanjutnya untuk dipilih. Peneliti berfokus pada data yang telah diambil melalui beberapa referensi melalui website Diskominfo Kabupaten Purwakarta, pernyataan dari informan yang berasal dari transkrip data wawancara dan artikel-artikel berita.

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah yang dilakukan setelah mereduksi data yakni penyajian data sama hal dengan mereduksi namun penyajian data ini menggunakan grafik, table, chart

dan lainnya. Data yang sudah tersusun dalam bentuk table lebih memudahkan peneliti untuk merencanakan kerja selanjutnya dan memahami apa yang terjadi berdasarkan kategori.

3) Penarikan kesimpulan/ verifikasi (*Conclusion Drawing/ verification*)

Kesimpulan awal yang telah dikemukakan sifatnya masih sementara dikarenakan akan berubah apabila bukti-bukti data dari penelitian tersebut belum ditemukan, oleh karena itu langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dan verifikasi data yang kredibel. Dimulai dari data yang awal yang telah didapatkan, selanjutnya mereduksi data, penyajian data hingga pada akhirnya memudahkan peneliti dalam mengolah data dalam menjawab rumusan masalah sehingga dapat menyimpulkan kesimpulan yang kredibel dan didukung dengan bukti – bukti yang valid.

