

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Citra merupakan tujuan sebuah Instansi untuk menyokong eksistensi agar bisa lebih dikenal dan dipercaya oleh publik. Instansi dapat membentuk citra sesuai dengan yang diinginkan, karena citra sebuah Instansi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi penilaian masyarakat sehingga menjadi parameter penting untuk sebuah Instansi. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan atau informasi yang diperoleh oleh seseorang terhadap fakta sebuah Instansi, sehingga pandangan individu kepada Instansi dapat menjadi patokan standar dimasyarakat.

Kertamukti (2015) dalam jurnal Komunikasi Profetik Vol 08 (01) mengenai "*Instagram dan Pembentukan citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)*" menyatakan bahwa Citra adalah persepsi seseorang dari hasil evaluasi mengenai gambaran berdasarkan olahan yang kemudian berada didalam benaknya. Pendapat, kesan dan respon seseorang dapat mengukur sebuah citra Instansi. Citra mempunyai sifat dinamis yang didapatkan dari pengalaman dan pemikiran seseorang.

Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan instansi penting dalam Pengelolaan citra positif Pemerintahan melalui media sosial *Instagram* nya. Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yaitu @halobandung mempunyai jumlah pengikut 135 ribu. *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung sudah dibuat sejak tanggal 12 Januari 2014.

Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dengan sigap dan tanggap dalam mengunggah informasi yang terjadi di Kota Bandung melalui akun *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Postingan *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung terbilang konsisten dan sangat aktif karena mengunggah informasi satu sampai delapan kali posting dalam satu hari sehingga mempunyai 13 ribu postingan. Satu postingan mendapatkan 200-800 *likers* dan salah satu video yang diunggah mencapai 53.512 tayangan.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yaitu @halobandung bahwa informasi atau berita yang disampaikan berupa foto dan video dimuat dengan infografis dan video grafis yang menarik. Postingan *feeds* maupun *instastory* terlihat sangat rapih dan teratur, sehingga membuat masyarakat yang melihatnya tidak merasa bingung karena setiap postingan menggunakan *Frame* ciri khas Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yang berwarna putih.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yaitu @halobandung tidak hanya mengunggah konten-konten mengenai kinerja dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pemerintah tetapi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung aktif dalam memperingati hari-hari besar atau bersejarah yang artinya Pemerintahan Kota Bandung peduli terhadap hal tersebut bahkan terdapat konten yang bersifat anak muda seperti rekomendasi tempat berkumpul yang nyaman atau tempat kuliner, hal itu dapat membuat masyarakat mempunyai pandangan baik terhadap Pemerintahan Kota Bandung.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi *Instagram* @halobandung bahwa Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung sering melakukan interaksi dengan masyarakat. Interaksi yang dilakukan salah satunya seperti ketika Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung mengajak warga Kota Bandung untuk berjemur dan *update* mengenai kegiatan yang dilakukannya maka Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung akan *me-repost*, hal tersebut merupakan salah satu interaksi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dengan masyarakat, tak jarang Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung membalas pesan masyarakat yang berada dikolom komentar.

Berdasarkan data pra penelitian yang didapatkan oleh peneliti melalui hasil pra wawancara kepada dua orang warga Kota Bandung yang bernama Devia Rahma Sari (22) bahwa Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam menulis *caption* di *Instagram* terkesan formal namun santai hal tersebut membuat informasi yang dibaca oleh masyarakat dapat dengan cepat ditangkap dan diterima oleh semua kalangan. Loka Arrum (22) beranggapan bahwa terkadang masyarakat merasa bingung apabila ingin bertanya harus kemana, dengan adanya *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung seperti menyiapkan wadah untuk masyarakat melalui komentar ataupun *Direct Message* yang membuat masyarakat lebih mudah dalam menyampaikan pertanyaan serta opini mengenai Kota Bandung.

Peneliti tertarik melakukan penelitian di Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yaitu karena Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan Instansi Pemerintahan yang mempunyai cara untuk mencapai targetnya. Cara tersebut salah satunya dengan memanfaatkan penggunaan media sosial *Instagram*

dalam mencapai targetnya yaitu generasi milenial, generasi pengguna aktif *Instagram*. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat dari pengikut akun *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung sebanyak 135 ribu.

Hal lain yang membuat peneliti tertarik yaitu peranan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung pada Instansi Pemerintahan yakni untuk memberikan respon terhadap permasalahan yang mungkin akan terjadi, seperti Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung akan menyanggah apabila ada sebuah pemberitaan yang salah dan akan merugikan pemerintah serta Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung berperan untuk mengkomunikasikan dan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat walaupun secara tidak langsung atau dengan menggunakan sarana media sosial *Instagram*.

Kemajuan teknologi di zaman global seperti masa kini tentunya semakin canggih sehingga dapat melakukan sesuatu dengan cepat dan tepat yang dapat diibaratkan seperti membalikan telapak tangan. Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan salah satu instansi penting Pemerintahan yang melekat dalam kemajuan teknologi sehingga bisa menyesuaikan kemajuan zaman dan tidak tertinggal oleh Instansi-Instansi Pemerintahan lain. Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menggunakan media sosial *Instagram* sebagai cara untuk meningkatkan citra positif Pemerintahan Kota Bandung yang selalu memberikan informasi melalui foto atau video seputar Kota Bandung kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dianggap perlu dalam melakukan penelitian lebih lanjut terkait bagaimana pengelolaan citra positif

Pemerintahan Kota Bandung yang dilakukan oleh Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung melalui salah satu *Platform* yang dimilikinya, yaitu *Instagram* @halobandung.

B. Fokus Pertanyaan dan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan pada latar belakang penelitian diatas, maka fokus yang akan dibahas mengenai “Pengelolaan Citra Positif Pemerintahan melalui Media Sosial (Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung)?” peneliti membuat batasan masalah untuk mempermudah cangkupan masalah yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana identifikasi masalah Protokol Komunikasi Pimpinan dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung?
- 2) Bagaimana perencanaan Protokol Komunikasi Pimpinan dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui *Instagram* @halobandung?
- 3) Bagaimana aksi dan komunikasi Protokol Komunikasi Pimpinan dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui akun *Instagram* @halobandung?
- 4) Bagaimana evaluasi Protokol Komunikasi Pimpinan dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui akun *Instagram* @halobandung?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan yang terarah dan jelas. Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas maka penelitian ini mempunyai tujuan :

- 1) Untuk mengetahui identifikasi masalah Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung.
- 2) Untuk mengetahui perencanaan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui *Instagram* @halobandung.
- 3) Untuk mengetahui aksi dan komunikasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui akun *Instagram* @halobandung.
- 4) Untuk mengetahui evaluasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui akun *Instagram* @halobandung.

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini dari segi kegunaannya mempunyai sifat teoretis yaitu untuk memberikan gambaran kepada mahasiswa Hubungan Masyarakat mengenai model *four step Public Relation* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi dalam pengelolaan citra melalui media baru yaitu media sosial *Instagram*. Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk kita semua sehingga bisa lebih memahami konsep-konsep yang sudah ada melalui contoh yang telah dilakukan serta diharapkan menjadi catatan kajian keilmuan komunikasi Hubungan Masyarakat.

D.2 Kegunaan praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat berguna untuk penulis semakin memahami mengenai model *four step Public Relation* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi dalam pengelolaan citra melalui media baru yaitu media sosial *Instagram* dan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung sebagai subjek dalam pengelolaan citra melalui media sosial *Instagram @halobandung* untuk bahan referensi.

E. Landasan pemikiran

E.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai bahan referensi dan masukan sehingga bisa dilihat persamaan dan perbedaannya serta akan terlihat keaslian dalam pembuatan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian skripsi ini dilakukan oleh Fuji Ridha Fauziawati yang merupakan Mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini mempunyai judul "Strategi Peningkatan Citra Positif Melalui Penggunaan *Website*". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek dan media sosial yang digunakan. Penelitian ini mempunyai objek yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purwakarta dan media sosial yang digunakan adalah *Website*.

Hasil penelitian ini menyatakan Dinas Komunikasi dan Informatika untuk mencapai citra positif melalui empat tahap yaitu penemuan fakta dengan

mengadakan riset kepada masyarakat yang mana masyarakat dapat mengirimkan sms mengenai apa saja informasi yang diperlukan, perencanaan dengan membuat tiga fitur dan Dinas Komunikasi dan Informatika mengikuti seluruh kegiatan yang diadakan oleh Pemerintahan Kabupaten Purwakarta, pelaksanaan dan komunikasi dilakukan oleh masing-masing admin yang telah ditugaskan, dan evaluasi dengan cara mengadakan survey kepada masyarakat hal tersebut dapat membuat citra positif Pemerintahan Kota Purwakarta.

Kedua, penelitian skripsi ini dilakukan oleh Mutiara Cendekia Sandyakala yang merupakan mahasiswa Mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini mempunyai judul “Strategi Mempertahankan Citra Positif Melalui Akun Media Sosial Facebook (Studi Deskriptif pada Humas Pemerintah Kota Sukabumi Jl.R.Syamsudin SH No.25)”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek dan media sosial yang digunakan. Penelitian ini memiliki objek Pemerintahan Kota Sukabumi dan media sosial yang digunakannya adalah *Facebook*.

Hasil penelitian ini menyatakan Humas Pemerintah Kota Sukabumi dalam upaya mempertahankan citra positif melalui akun *Facebook* sudah cukup baik dan efektif karena menggunakan empat tahap yaitu penemuan fakta dengan memantau opini dan membuka kesempatan kepada masyarakat untuk mengirimkan kritik serta saran melalui SMS WaliKota, perencanaan dengan menyiapkan dokumentasi yang dijadikan *soft file* dan disusun oleh bagian kominfo untuk diupload di *Facebook* disertai *caption* menarik, proses komunikasi dengan menyebarkan

informasi yang aktual dan faktual karena informasi yang diposting harus memiliki kejelasan, evaluasi dengan membebaskan masyarakat berkomentar & melihat tanda *like* sebagai apresiasi yang diberikan masyarakat.

Ketiga, penelitian jurnal ini dilakukan oleh Ni Luh Kade Diah Pradnya Yoni, Ni Nyoman Dewi Pascasrani, I Dewa Ayu Sugiarica Joni dalam *E-Jurnal Medium Vol 1(1)* tahun 2017 yang mempunyai judul “Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai MediaJurnalisme Warga”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Perbedaan penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek, pendekatan, target dan media sosial yang digunakan. Objek pada penelitian ini adalah balebengong yang mempunyai target warga bali dan pendekatan studi kasus, media sosial yang digunakan yaitu lengkap seperti *Twitter* dan *Blog*.

Hasil penelitian ini menyatakan BaleBengong merupakan tempat diskusi di dunia maya dengan menampilkan konten-konten yang memberikan pembelajaran jurnalisme kepada warga ditengah melajunya perkembangan tren sosial media dan bersifat informatif.

Penelitian ini menggunakan empat tahap Hubungan Masyarakat yaitu Penemuan fakta, perencanaan, aksi dan berkomunikasi serta evaluasi. Penemuan fakta dengan melakukan kerjasama bersama Instansi lain untuk menemukan sebuah data mengenai sosial media yang kredibel lalu dianalisa aspek yang terkait baik intern maupun ekstern, dalam proses perencanaan dan pemrograman dengan cara melibatkan warga dalam pembentukan visi serta misi yang akan dijadikan sebuah dasar dalam penentuan taktik dan strategi, tindakan dan berkomunikasi

dengan cara optimalisasi pada media sosial *Twitter* dan *Blog* BaleBengong, evaluasi BaleBengong membebaskan masyarakat memberi pendapat dan berbagi informasi.

Keempat, penelitian jurnal ini dilakukan oleh Mahi M. Hikmat dalam jurnal Jurnal common Vol 2(1) tahun 2018 yang merupakan mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung mengenai "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD Dalam Persepsi Rakyat Daerah". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek dan model. Objek pada penelitian ini adalah DPRD dan model yang digunakan adalah model alternatif penyebaran informasi

Hasil dari penelitian ini bahwa Peningkatan citra positif DPRD merupakan pertanggung jawaban dari DPRD itu sendiri. Strategi yang digunakan DPRD dalam memanfaatkan media sosial agar efektif yaitu strategi persuasif dengan menggunakan model alternatif penyebaran informasi. Persuasi *hugh rank* lebih menguatkan dalam pelibatan komponen pokok, secara intensif ide-ide gampang untuk diekspos atau substansi informasi yang mempunyai nilai kebaikan dan kelebihan serta dapat menyembunyikan sisi negatif.

Kelima, penelitian jurnal ini dilakukan oleh Novianti Saputra, Rustono Farady Marta dalam jurnal Ilmu Komunikasi Vol 2(1) tahun 2020 mengenai "Optimalisasi Model Strategi *Public Relations* Museum Penerangan dalam Membentuk Citra publik" Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek dan

metode. Objek penelitian ini adalah Museum Penerangan dan Metode yang digunakan studi kasus serta teori excellene.

Hasil dari penelitian ini bahwa Museum Penerangan dalam melakukan perencanaan strategi cukup ideal dengan menggunakan teori excellence. Penelitian ini menggunakan strategi yang disebut PENCILS melalui Duta Museum.

E.2 Landasan Teoritis

Teori yang berada dalam penelitian ini sebagai gambaran yang berkesinambungan antara satu teori dengan fenomena yang diteliti. Konsep diambil berdasarkan pertimbangan peneliti karena sesuai dengan konteks dan fokus penelitian yang akan diteliti oleh peneliti mengenai Pengelolaan citra positif Pemerintahan melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung.

Berdasarkan Rumusan Masalah dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan model Cutlip *and* Center (2006: 320) yang menyatakan mengenai sebuah proses perencanaan dalam program kerja mempunyai *four step Public Relations* yaitu sebagai berikut :

1) Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah adalah Data dan informasi yang terkumpul dapat digunakan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi sehingga bisa menentukan langkah selanjutnya untuk melaksanakan kegiatan.

2) Perencanaan

Perencanaan adalah sebuah hal untuk menentukan langkah apa yang sebaiknya

diambil. Informasi yang telah dikumpulkan menjadi sebuah keputusan untuk melakukan perencanaan sehingga bisa mencapai tujuan sebuah Instansi.

3) Aksi dan Komunikasi

Aksi dan Komunikasi adalah tindakan. Rencana dapat membuat pelaksana memikirkan bagaimana cara mengkomunikasikan agar bisa mencapai target sasaran dengan media yang dipilih

4) Evaluasi

Evaluasi untuk mengukur kegiatan yang telah dilakukan sudah sesuai dengan tujuan atau belum sehingga bisa menentukan langkah apa yang selanjutnya harus diambil.

Berdasarkan model *four step Public Relation Cutlip and Center* yang dipaparkan diatas dapat digunakan untuk mengetahui pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung. Peneliti melihat bahwa pengelolaan yang dilaksanakan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung untuk meningkatkan citranya dengan menggunakan media sosial *Instagram* yakni guna memberikan informasi mengenai kegiatan kinerja Pemerintahan dan informasi seputar Kota Bandung dengan tujuan agar masyarakat dapat mempunyai kepercayaan yang kuat pada Pemerintahan Kota Bandung dengan keaktifanya dalam melakukan tugas keHumasannya sebagai membentuk citra yang positif.

E.3 Landasan Konseptual

1) Manajemen *Public Relation*

Manajemen *Public Relation* merupakan kegiatan komunikasi yang sudah

melewati tahapan diteliti, direncanakan, dilakukan dan dievaluasi yang dilaksanakan Instansi untuk mencapai sasaran. Ruslan (2012 : 13) menyatakan bahwa Manajemen *Public Relation* adalah sebuah seni dalam mengelola dan menggerakkan organisasi melalui proses-proses secara sungguh-sungguh dan logis dalam usaha memperoleh tujuan sebuah Instansi yang telah disepakati.

Proses *Public Relation* sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajeria oleh karena itu konsep perencanaan mengenai upaya peningkatan citra menurut Cutlip and Center (2006: 320) bahwa dalam program kerja *Public Relation* dapat melalui empat tahapan yaitu:

(1) Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah adalah langkah awal yang seorang *Public Relations* lakukan dengan mencari sebuah fakta atau permasalahan agar bisa ditindak lanjuti, hal tersebut dapat dengan cara memantau sebuah pendapat, perbuatan atau perilaku seseorang yang memiliki kepentingan atau seseorang yang dapat terpengaruh oleh sebuah Instansi. Keterangan dalam identifikasi masalah diperoleh selengkap dan sedetail mungkin, hal itu membuat *Public Relations* harus jeli dalam melakukan pekerjaannya. Proses ini tidak sesederhana yang dilihat, karena *Public Relations* harus melakukan pengolahan, peneltian, pengklasifikasian dan penyusunan data sehingga dapat memundahkan pemecahan masalah yang akan ditemui.

(2) Perencanaan

Perencanaan adalah tugas seorang *Public Relations* dalam penyusunan masalah. Perencanaan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan data atau fakta

yang sudah diperoleh dalam tahapan sebelumnya.

(3) Aksi dan Komunikasi

Proses selanjutnya setelah melaksanakan sebuah perencanaan. *Public Relation* harus bertindak dengan rencana matang yang disusun sedemikian rupa. Langkah ini didasarkan pada fakta-fakta akurat, sehingga mampu menyebarkan informasi yang mempengaruhi publik dan efektif.

(4) Evaluasi

Evaluasi adalah penilaian dari penemuan fakta sampai hasil akhir. Tahapan ini sebagai hasil penafsiran hasil kerja dan tahapan ini menjadi acuan untuk mengetahui apa yang akan dilakukan dimasa yang mendatang.

2) Citra

Citra merupakan sebuah tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah Instansi. Citra ditentukan dengan sebanyak apa jumlah orang yang melihatnya. Citra adalah reputasi dan pencapaian *Public Relation*. Citra dapat diidentifikasi sesuai dengan keinginan. Pengetahuan dan pengertian individu terhadap kenyataan disebuah Instansi yang menghasilkan kesan sehingga dapat disebut sebagai citra. Membangun sebuah citra bukanlah perkara yang mudah, pada kenyataanya sebuah citra terkadang mengalami *up and down* karena berhubungan dengan kepercayaan masyarakat.

Citra merupakan kesan, perasaan, dan citra diri publik dari Instansi. Kesan yang dibuat oleh objek, orang atau Instansi. Soemirat & Ardianto (2012:111) menyatakan bahwa citra itu dengan sengaja harus diciptakan agar mempunyai nilai positif .

F. Langkah-langkah penelitian

F.1 Penentuan Objek Penelitian

Lokasi yang dipilih penulis saat melakukan penelitian adalah Protokol Komunikasi Pimpinan Jl. Westu Kencana No 02, Bababakan Ciamis, Sumur Bandung, Bandung, Jawa Barat, 40117. Alasan peneliti memilih lokasi ini yaitu karena lokasi ini mempunyai data-data yang peneliti butuhkan mengenai Pengelolaan citra positif Pemerintahan melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan digunakannya model *fourstep Public Relation* yakni Identifikasi Masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

F.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Ardianto (2011: 161) menyatakan bahwa paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang hanya melihat kebenaran dari fenomena sosial sebelum menjadi konstruksi sosial. Perilaku seseorang dapat dibentuk oleh perkembangan lingkungan atau pengaruh lingkungan terhadap reaksinya sendiri.

Paradigma konstruktivisme terbentuk dari fenomena sosial yang terjadi yang berarti memiliki sifat berkembang dan tidak tetap. Arifin (2012: 140) menyatakan bahwa pengetahuan didapatkan dari pemikiran seseorang terhadap subjek apa yang diteliti bukan hanya dari sebuah pengalaman. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti hanya dapat mengamati dan menyatakan realitas sosial yang digunakan sebagai data penelitian. Konstruktivisme bisa disebut penciptaan dan evaluasi makna.

Penelitian ini menggambarkan bagaimana Protokol Komunikasi Pimpinan

Kota Bandung dalam melakukan pengelolaan citra melalui media sosial *Instagramnya*. Peningkatan citra positif Pemerintahan Kota Bandung yang dilakukan oleh Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan hasil konstruksi karena dalam konstruktivisme mempunyai sebuah pandangan bahwa kenyataan itu bersifat bebas sesuai dengan pandangan peneliti, oleh karena itu citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan hasil dari konstruksi Hubungan Masyarakat.

Peneliti menggunakan pendekatan interpretif dalam penelitian ini. Pendekatan interpretif merupakan pendekatan pelaksanaan dengan berusaha mencari kejelasan fenomena atau peristiwa yang relevan (fenomena sosial dan fenomena budaya). Pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang didasarkan pada pengalaman dan cara pandang seseorang terhadap hal yang dipelajari.

Newman (1997:72) menyatakan bahwa pendekatan interpretif adalah pendekatan yang fleksibel, tingkah laku dan pendapat dapat memiliki banyak makna dan diinterprestasikan melalui berbagai cara serta sudut pandang. Peneliti menggunakan pendekatan interpretif pada penelitian ini karena peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Peneliti berusaha mendapatkan sebuah fakta yang berada di Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung lalu diinterprestasikan sesuai dengan cara pandang peneliti sehingga dapat menghasilkan sebuah makna. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota

Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relation* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

F.3 Metode Penelitian

Metode merupakan sebuah usaha menganalisis data untuk mencapai sesuatu dengan efektif dan efisien. Nazir (2013: 43) menyatakan bahwa metode penelitian adalah metode untuk menemukan fakta dengan cara menafsirkan fakta secara benar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode penelitian deskriptif merupakan metode yang mempelajari mengenai objek, kondisi atau sebuah peristiwa. Tujuan dari metode deskriptif yaitu memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai penelitian yang dilakukan.

Peneliti menggunakan metode ini agar dapat menjadi data yang sistematis, faktual dan akurat mengenai kenyataan dalam Instansi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Peneliti mencari sebuah fakta di Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung kemudian data tersebut diinterpretasikan dengan tepat untuk memberikan gambaran mengenai pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung yang menggunakan model *four step Public Relation* yaitu identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

F.4 Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif tidak dalam bentuk seperti angka atau bilangan namun berbentuk sebuah kata-kata yang

menjadi sebuah kalimat atau deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memenuhi kebutuhan data penelitian mengenai *four step Public Relation* yaitu Identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi dalam pengelolaan citra positif Pemerintahan melalui *Instagram* yang digunakan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

2) Sumber Data

(1) Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh dari sumber asli lapangan atau lokasi penelitian (dimana lokasi penelitian merupakan objek penelitian peneliti). Narasumber yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini yaitu pihak Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung karena menguasai dan yang menangani secara langsung mengenai Pengelolaan citra positif Pemerintahan melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relation* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

(2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari semua pihak secara langsung melalui data yang terkait dengan penelitian dengan memahami dan meneliti melalui dokumen-dokumen yang ada di media atau Instansi penelitian. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data- data yang didapatkan dari *Instagram* resmi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, serta data lainnya yang yang dianggap relevan sesuai

dengan kebutuhan penelitian yang terkait dengan pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @Humasbdg dengan menggunakan model *four step Public Relations* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

F.5 Teknik Pemilihan Informan

1) Informan dan Unit Analisis

Peneliti memilih beberapa informan yang mengetahui serta menguasai mengenai apa yang menjadi fokus penelitian, dengan begitu peneliti dapat mendapatkan data sesuai dengan yang dibutuhkan. Informan yang ditentukan oleh peneliti dalam hal tersebut adalah pihak Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, hal itu dikarenakan informan yang ditentukan merupakan seseorang yang menguasai dan menangani mengenai pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relations* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

2) Teknik pengumpulan Informan

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan pertimbangan dan pokok penelitian. Informan yang dijadikan narasumber harus memiliki beberapa syarat agar mendapatkan informasi yang akurat. Kriteria-kriteria tersebut yaitu:

- (1) Pegawai Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung

- (2) Pengelola *Instagram* resmi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung
- (3) Telah bekerja di Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung minimal satu tahun.

F.6 Teknik Pengumpulan

1) Wawancara Mendalam

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam. Peneliti memilih wawancara mendalam karena tidak dapat secara langsung mengamati beberapa hal, dan melalui wawancara mendalam peneliti berharap mendapatkan data yang rinci, akurat dan nyata mengenai objek penelitian. Pewawancara tidak memiliki kendali atas informan, karena dalam wawancara informan bebas memberikan jawaban lengkap bahkan data rahasia.

Dua jenis pertanyaan akan digunakan untuk melakukan wawancara tentang Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Jenis pertanyaan pertama adalah wawancara terstruktur dengan menggunakan *draft* pertanyaan dan jenis pertanyaan kedua tidak terstruktur, atau pertanyaan yang muncul secara spontan akibat pengembangan *draft* sebelumnya bersifat informal. Wawancara mendalam ini dilakukan dengan beberapa staf Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung secara bertatap muka.

Wawancara mendalam ini akan menghasilkan terkumpulnya data yang dibutuhkan mengenai keseluruhan kegiatan mengenai pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relation* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan

komunikasi serta evaluasi.

2) Observasi Partisipan Pasif

Observasi partisipasi pasif dapat melihat lebih jauh dan lebih dekat mengenai kinerja informan sebagai sumber data lapangan. Alasan peneliti menggunakan observasi partisipan pasif adalah karena dalam penelitian yang sedang berlangsung peneliti tidak berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan yang dipelajari, atau tidak melaksanakan kegiatan yang menjadi fokus penelitian. Peneliti hanya mengamati dan menganalisis kegiatan yang dilakukan Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

Peneliti melakukan observasi partisipasi pasif karena aktivitas yang sedang berlangsung hanya dilakukan oleh para praktisi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung yang berhak mengelola media sosial *Instagram* dan sadar akan keterbatasan kegiatan yang dipelajari. Observasi ini dilaksanakan untuk menganalisis pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung: melalui media sosial *Instagram* Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relation* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

F.7 Teknik analisis data

Analisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskripsi kualitatif yaitu cara untuk mengelola data tidak menggunakan angka akan tetapi berbentuk kata-kata, skema, gambar dan kalimat dengan penjelasan yang sesuai dengan kenyataan yang ada secara teoritis. Kriyanto (2010: 196) menyatakan bahwa analisis data kualitatif adalah sebuah

cara berfikir dari hal khusus ke umum. Tujuan dari analisis data adalah untuk mengetahui data yang dibutuhkan, pertanyaan yang diserahkan, metode yang dipakai untuk mencari informasi terkini.

Penelitian ini dalam analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, menggunakan 3 alur analisis yaitu, reduksi data, penyajian data dan menarik sebuah kesimpulan agar mudah untuk dipahami. Miles dan Huberman (2009: 16) menyatakan mengenai proses-proses yang dilakukan dalam analisis data yaitu:

1) Reduksi data

Tahap pertama penelitian adalah reduksi data. Reduksi data adalah proses pemilihan, perputaran, penyederhanaan, abstraksi dan perubahan data kasar di lapangan, sehingga data yang diperoleh dapat dengan jelas mencerminkan hasil observasi dan wawancara.

Peneliti memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti data pra penelitian, data pra wawancara, data yang diperoleh langsung dari *Instagram* Humas Bandung, data observasi dan data wawancara untuk memberikan gambaran proses pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relation* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi. Data tersebut akan peneliti saring guna mendapatkan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

2) Penyajian data

Tahap kedua teknik analisis data adalah penyajian data yaitu informasi yang

telah dikumpulkan dan disusun sehingga dapat ditarik kesimpulan dan tindakan yang dapat diambil dengan adanya grafik, tabel, diagram, dll untuk pengenalan singkat penelitian kualitatif yang merepresentasikan data. Tujuan penyajian data adalah untuk memudahkan pembaca penelitian ini dalam memahami maksud dan tujuan yang dilakukan oleh peneliti mengenai bagaimana pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relation* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

3) Simpulan

Teknik analisis data tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan adalah proses mendapatkan hasil akhir dari semua proses atau tahapan eksekusi. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang diolah pada tahap pertama dan kedua yaitu reduksi data dan penyajian data. Penarikan simpulan membutuhkan bukti yang kuat, bukti didapatkan dari gabungan data yang telah disusun dalam penyajian data mengenai hasil wawancara dan observasi Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung.

Terkumpulnya data-data tersebut peneliti dapat menyatakan simpulan analisis data melalui sudut pandang peneliti tentang objek yang diteliti yaitu pengelolaan citra positif Pemerintahan Kota Bandung melalui media sosial Instagram Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bandung: @halobandung dengan menggunakan model *four step Public Relation* yakni identifikasi masalah, perencanaan, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

