

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Cyber Public Relations* atau humas *online* merupakan strategi yang sering dan sudah banyak digunakan oleh humas/*public relations* sebagai upaya dalam menjalankan fungsi dan perannya sebagai penghubung antara lembaga atau perusahaan dengan publiknya. Pengimplementasian *cyber public relations* oleh praktisi humas/*public relations* yaitu dimana adanya sebuah aktifitas pemanfaatan media *digital/new media* sebagai sarana publisitas atau media komunikasi humas dengan publiknya.

Susanto (2019:201) pada jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni volume 3(1) dengan judul “Implementasi *Cyber Public Relations* Universitas Singaperbangsa Karawang Pada Persaingan Era Digital” menjelaskan bahwa pengimplementasian humas *online* saat ini dapat dikatakan sebagai strategi yang efektif atau sebagai aktifitas dari praktisi humas yang dapat sangat membantu dalam melaksanakan kegiatannya dalam membangun citra lembaga yang dinaunginya, yang mana masyarakat di zaman kemajuan teknologi saat ini memilih beralih ke media *digital* yang dianggap lebih praktis.

Pembentukan citra positif pada sebuah lembaga atau perusahaan merupakan salah satu hal penting untuk diperhatikan atau sebagai hal yang dapat mempengaruhi jalannya suatu lembaga atau perusahaan. Citra positif merupakan situasi dimana terciptanya pemahaman publik mengenai segala aktifitas lembaga dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga.

Sandyakala (2020:186) dalam jurnal *at-Tadbir* volume 20(2) dengan judul “Peran *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan” menjelaskan bahwa citra sebuah lembaga merupakan salah satu harta yang bernilai tinggi bagi lembaga manapun. Citra dapat dikatakan sebagai cara pandang publik terhadap lembaga, yang mana baik buruknya persepsi tersebut ditentukan oleh lembaga itu sendiri.

Humas Polres Kabupaten Sumedang merupakan salah satu humas instansi pemerintahan yang sudah memanfaatkan atau mengimplementasikan strategi *Cyber Public Relations* sebagai upaya dalam meningkatkan dan mempertahankan citra positif lembaga sebagai upaya dalam mempertahankan hubungan dengan publik eksternalnya, yang mana salah satu *tools* atau alat yang digunakan humas Polres Kabupaten Sumedang ialah media sosial *Instagram*. Melalui akun *Instagram* @Polressumedang, humas Polres Kabupaten Sumedang seringkali mempublikasikan informasi mengenai berbagai aktivitas yang dilakukan oleh Polres Kabupaten Sumedang dalam konten yang dikemas secara menarik. Pemberitaan atau publikasian berbagai aktivitas Polres Kabupaten Sumedang dalam akun *Instagram*nya tersebut menjadi sebuah gambaran yang diberikan oleh lembaga kepada masyarakat umum guna membangun persepsi yang positif.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti temukan pada akun resmi humas Polres Kabupaten Sumedang, yaitu @Polressumedang, humas Polres Kabupaten Sumedang mulai aktif menggunakan *instagram* sebagai media pemberitaan dan publikasian pada 25 Maret 2016. Dari tanggal pembuatan

akunnya tersebut hingga saat ini jumlah akun *Instagram* yang mengikuti/*followes* sudah mencapai 43.300 pengikut.

Tingginya jumlah pengikut pada akun @polressumedang tersebut menjadi realitas yang menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian pada media sosial Instagram resminya sebagai media strategi *cyber public relations*, yang mana kenyataan tersebut dapat menggambarkan bahwa penyampaian informasi yang dilakukan oleh humas Polres Kabupaten Sumedang melalui akun media sosial Instagram Polres Kabupaten Sumedang cukup menarik perhatian dan menjadi salah satu media sosial yang dipilih masyarakat sebagai sumber dalam memperoleh informasi mengenai Polres Kabupaten. Akun media sosial Instagram Polres Kabupaten Sumedang juga menjadi salah satu media yang memiliki jangkauan cukup luas untuk dijadikan media informasi dan sudah menjadi salah satu alat yang digunakan oleh humas Polres Kabupaten Sumedang dalam berinteraksi dengan publik eksternal, sehingga media Instagram @polressumedang ini menjadi media komunikasi humas Polres Kabupaten Sumedang yang dapat memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan persepsi atau pandangan publik terhadap Polres Kabupaten Sumedang.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti temukan melalui kegiatan *monitoring* akun Instagram Polres Kabupaten Sumedang, dalam pengelolaan akun Instagramnya tersebut humas Polres Kabupaten Sumedang sangat aktif dan konsisten dalam mengunggah konten di akun tersebut, yang mana dapat dilihat dari jumlah postingan pada *feeds* akun Instagramnya yang sudah

mencapai 13.125 postingan, baik postingan dalam bentuk foto hingga video dengan berbagai desain yang menarik. Humas Polres Kabupaten Sumedang juga seringkali membagikan informasi melalui fitur *instastory* atau berinteraksi dengan pengikutnya menggunakan fitur tanya jawab. Artinya, humas Polres Kabupaten Sumedang dalam mempublikasikan kontennya memanfaatkan berbagai fitur menarik yang disediakan oleh Instagram, yang mana hal tersebut menambah daya tarik konten yang dipublikasikan dan kuantitas interaksi dengan masyarakat.

Humas Polres Kabupaten Sumedang dalam media sosial Instagramnya tersebut selain mempublikasikan berbagai konten pemberitaan mengenai peristiwa terkini dan bagaimana upaya yang dilakukan oleh Polres Kabupaten Sumedang, humas Polres Kabupaten Sumedang juga aktif mengunggah konten-konten mengenai hari-hari besar, seperti konten memperingati hari ibu, konten memperingati hari natal, dan lain-lain. Konten memperingati setiap hari-hari besar tersebut menjadi salah satu bentuk kepedulian Polres Kabupaten Sumedang dan menjadi salah satu konten yang dapat membuat masyarakat mempunyai persepsi yang baik terhadap Polres Kabupaten Sumedang.

Berdasarkan data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari akun resmi Instagram humas Polres Kabupaten Sumedang, setiap postingan konten *feed* memiliki respon yang cukup baik dari masyarakat, yang mana hal tersebut terlihat dari setiap postingan dapat mencapai jumlah *like* hingga 100-1000 *likers* dan salah satu video yang diunggah sudah dapat mencapai 21.500 kali tayangan. Akun Instagram Polres Kabupaten Sumedang juga kerap kali melakukan

interaksi atau komunikasi dengan masyarakat melalui kolom komentar dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan konten yang diunggah. Realitas tersebut memperlihatkan bahwa akun tersebut memiliki kuantitas interaksi dengan publik eksternalnya cukup tinggi.

Hal yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Polres Kabupaten Sumedang yaitu peneliti melihat bahwa humas Polres kabupaten Sumedang merupakan sub bagian yang menyadari akan perubahan yang sedang terjadi dimasyarakat atau mengimplementasikan strategi *Cyber Public Relations*nya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital informasi saat ini, yang mana perkembangan media komunikasi tersebut atau aktivitas humas pada *cyberspace* merupakan aktivitas komunikasi yang dinilai penting untuk dilakukan saat ini, terkhusus sebagai salah satu upaya dalam membangun dan mempertahankan citra positif lembaga.

Hal lain yang membuat peneliti tertarik melakukan penelitian ini yaitu dilihat dari hasil monitoring terhadap beberapa media sosial yang digunakan oleh Polres Kabupaten Sumedang. Media sosial Instagram Polres Kabupaten Sumedang menjadi salah satu media sosial yang paling aktif dalam mempublikasikan berbagai informasi terkini mengenai Polres Kabupaten Sumedang dan publikasian pada media sosial Instagramnya tersebut menghasilkan respon dan tanggapan yang positif dengan dilihat dari jumlah *like*, *view*, dan komentar yang cukup tinggi, selain itu akun Instagram @polressumedang mengalami perkembangan yang cukup pesat dibanding dengan media sosial Polres Kabupaten Sumedang lainnya, seperti Twitter,

Facebook, dan Youtube resminya, sehingga dalam proses komunikasi dengan publik di dunia maya pun lebih mudah. Peneliti juga melihat bahwa humas Polres Kabupaten Sumedang memanfaatkan akun Instagramnya sebagai media untuk mempertahankan persepsi positif masyarakat atau sebagai media komunikasi yang digunakan sebagai media informasi dalam menyanggah permasalahan yang mungkin akan terjadi dan dapat memberikan dampak buruk dan dapat merugikan Polres Kabupaten Sumedang.

Berdasarkan realitas yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti menganggap bahwa perlu adanya penelitian mengenai bagaimana Strategi *Cyber Public Relations* humas Polres Kabupaten Sumedang melalui media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.

## 1.2 Fokus Penelitian

Peneliti membuat batasan masalah dari penelitian ini, yaitu berfokus pada “Strategi *Cyber Public Relations* Polres Kabupaten Sumedang Melalui Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Lembaga” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tahap *fact finding* humas Polres Kabupaten Sumedang pada media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga?
2. Bagaimana tahap perencanaan humas Polres Kabupaten Sumedang pada media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga?
3. Bagaimana tahap tindakan dan komunikasi humas Polres Kabupaten Sumedang pada media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga?

4. Bagaimana tahap evaluasi humas Polres Kabupaten Sumedang pada media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih dalam mengenai tahap pencarian data humas Polres Kabupaten Sumedang sebagai data acuan untuk media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih dalam bagaimana tahap perencanaan humas Polres Kabupaten Sumedang pada media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih dalam tahap tindakan dan komunikasi humas Polres Kabupaten Sumedang pada media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.
4. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih dalam tahap evaluasi humas Polres Kabupaten Sumedang pada media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaga.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan atau mengembangkan pengetahuan dalam bidang kehumasan, khususnya mengenai pengaplikasian dari strategi *cyber public relations* dalam upaya

meningkatkan citra positif suatu lembaga atau perusahaan melalui media sosial Instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari cara atau tahap *fact finding*, perencanaan, tindakan dan komunikasi, hingga tahap evaluasinya.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi salah satu tolak ukur dan juga menjadi tumpuan bagi praktisi humas dalam penggunaan media digital atau pengaplikasian *cyber public relations* khususnya dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai upaya meningkatkan citra positif lembaga atau perusahaan di mata publiknya.

#### 1.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Pada proses penelitian ini, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian terdahulu berupa skripsi dan jurnal penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Adapun skripsi dan jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian ini, diantaranya:

**Pertama**, penelitian yang disusun oleh Meitsara, Lida Imelda, dan Dang Eif (2018) yang berjudul “Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan oleh humas Polda Jawa Barat melalui *website* resminya, [tribatanews.jabar.polri.go.id](http://tribatanews.jabar.polri.go.id) sebagai upaya dalam meningkatkan citra lembaga.

Dalam proses penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif yang mana metode tersebut dapat menjelaskan secara rinci mengenai proses pengelolaan *cyber public relations* yang di lakukan oleh humas Polda Jawa



Barat sebagai upaya dalam meningkatkan reputasi lembaga. Pemilihan pendekatan kualitatif oleh peneliti dalam penelitiannya ini dinilai dapat mempermudah dalam proses pengamatan dan proses manajemen yang diimplementasikan oleh praktisi humas/*public relations* Polda Jawa Barat. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti yang akan dilaksanakan terdapat pada lokasi penelitian yaitu Polda Jawa Barat, berfokus pada media *digital website*, dan penelitian ini menggunakan studi kasus.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pola pengaplikasian atau pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan humas Polda Jawa Barat pada *website* resminya adalah pola manajemen *public relations*, yang mana pola manajemen *public relations* tersebut terdiri dari 4 tahapan, mulai dari tahap penentuan masalah, perencanaan dan pemograman, pelaksanaan dan pengkomunikasian, dan tahap pengevaluasian. Empat tahap manajemen *public relations* yang dilakukan oleh bagian humas Polda Jawa Barat dalam pengelolaan *website* resminya tersebut bertujuan agar berbagai informasi yang dipublikasikan di *website* [tribrataneews.jabar.polri.go.id](http://tribrataneews.jabar.polri.go.id) merupakan informasi atau berita yang aktual dan faktual.

**Kedua**, penelitian yang disusun oleh Melati Agustin Yumikosari dan Hadi Purnama (2017) dengan judul “Strategi *Cyber Public Relations Website E-Marketplace*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana strategi *cyber public relations* pada [Pasarlaut.com](http://Pasarlaut.com) sebagai media informasi/menginformasikan [Pasarlaut.com](http://Pasarlaut.com). Proses penelitian *website* [Pasarlaut.com](http://Pasarlaut.com) ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dan metode

analisis deskriptif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan terdapat pada lokasi penelitian yaitu pasarlaut.com.

Hasil penelitian pada penelitian ini menjelaskan bahwa pengaplikasian strategi *cyber public relations* pada *website* Pasarlaut.com merupakan upaya yang dilakukan untuk menginformasikan mengenai pasarlaut.com kepada masyarakat luas dan menciptakan persepsi atau opini di masyarakat mengenai pasarlaut.com sebagai *marketplace* pertama di Indonesia yang memperjual belikan hasil laut. Hasil dari penelitian ini juga menyatakan bahwa media yang digunakan pasarlaut.com ialah *webliste* dan blog, Email, berbagi media sosial, dan publisitas mesin pencari. Dalam menginformasikan Pasarlaut.com terdapat beberapa tahapan yang dilakukan, diantaranya penjadwalan publikasi media sosial, penggunaan infografis, penggunaan SEO Organic. Sedangkan untuk tahap evaluasi, humas Pasarlaut.com menggunakan data *analytics* yang didapat dari aplikasi *analytics*.

**Ketiga**, penelitian yang disusun oleh Halimatus Zahro Yananingtyas dan Irwansyah (2020) dengan judul “*Cyber Public Relations Melalui Microbligging* dalam Menjaga Citra PemProv DKI Jakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaplikasian *cyber public relations* di lembaga pemerintahan provinsi DKI Jakarta melalui publikasian informasi pada *microblogging Public Relations* dan mengetahui bagaimana opini atau persepsi publik eksternal lembaga atau citra PemProv DKI Jakarta di mata warga masyarakat. Metode penelitian yang dipilih penulis dalam memaparkan mengenai *cyber public relations* melalui *micoblogging* ini yaitu metode

penelitian kualitatif deskriptif. Data yang diperoleh penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan data sekunder sebagai data pendukung. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ini terdapat pada objek yang diteliti yaitu Pemerintahan Provinsi DKI Jakarta dan media informasi yang diteliti pada penelitian terdahulu ini lebih berfokus pada pemanfaatan media *micoblogging*.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengimplementasian *cyber public relations* melalui *microblogging* oleh Pemprov sebagai sarana untuk informasi kepada masyarakat sudah cukup jelas, yang mana informasi yang dipublikasikan merupakan informasi yang transparan. Serta citra positif yang tergambar pada akun *twitter* atau *microblogging*, @dkijakarta patut untuk dipertahankan dengan memperbaiki atau meningkatkan komunikasi antara masyarakat dengan lembaga pemerintahan yang mana dapat mempertahankan kepercayaan masyarakat kepada lembaga.

**Keempat**, penelitian dengan judul “Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Reputasi Pimpinan (Studi Deskriptif pada Media Sosial *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube* Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Subang) yang disusun oleh Susanti Mitha memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan konsep *The Circullar Model of Some (Share, Optimize, Manage, dan Engage)*. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada tujuan penelitiannya, yang mana tujuan dari penelitian terdahulu ini lebih berfokus pada pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan reputasi

pimpinan, lokasi penelitiannya yaitu Prokompim Setda Subang, dan konsep yang digunakan dalam penelitiannya yaitu *The Circullar Model of Some* dari Regina Luttrell.

Hasil penelitian ini yaitu memaparkan bahwa Protokol Komunikasi dan Pimpinan Sekretariat Daerah Subang dalam upaya meningkatkan reputasi pimpinannya dengan pengelolaan *Cyber Public Relations* atau media sosial *public relationsnya* tersebut mengimplementasikan atau menerapkan *The Circullar Model of Some*. Dalam pengelolaan media sosial *Instagram, Facebook, Youtube* resminya tersebut Prokompim Setda Subang melalui tahap membagikan konten, mengoptimalkan pesan, mengelola informasi, dan tahap melibatkan publik.

**Kelima**, penelitian yang berjudul “Pengelolaan *Website* dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga (*Analisis Deskriptif pada Website Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Pemerintah Kabupaten Bandung Barat*)” yang disusun oleh Derizal Yanuar Fadilah. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana Bidang Informasi Komunikasi Publik Pemerintahan Kabupaten Bandung dalam penentuan masalah perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi dalam pengelolaan *website* sebagai upaya meningkatkan gambaran positif dari lembaga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terdapat pada objek yang diteliti yaitu Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kabupaten

Bandung dan media informasi yang diteliti pada penelitian terdahulu ini lebih berfokus pada pemanfaatan *website*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dalam mengelola *website* resminya Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Kabupaten Bandung memenuhi *four step public relations*, yakni *fact finding* yang diperoleh dari online dan layanan pengaduan masyarakat, *planning* yang mana kegiatan yang dibentuk menjadi sebuah berita yang dipublikasikan melalui *website* dan diharapkan dapat sampai kepada publik, *Action* yang mana dilakukan dengan pengumpulan berita, manajemen berita, dan penyajian berita, lalu yang terakhir *evaluation* yang dimana dilihat dari grafik, pusat informasi dan total pengunjung.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang peneliti temukan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keistimewaan atau perbedaan penelitian yang akan dilaksanakan ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini lebih berfokus pada strategi *cyber public relations* yang bertujuan sebagai strategi dalam meningkatkan citra positif lembaga, media informasi atau *tools cyber public relations* yang diteliti lebih berfokus pada media sosial Instagram humas Polres Kabupaten Sumedang, dan lokasi penelitian yang dipilih peneliti merupakan lokasi penelitian yang belum ada penelitian terdahulu yang melakukan penelitian dilokasi tersebut dengan fokus penelitian strategi *cyber public relations* melalui media sosial Instagram sebagai strategi meningkatkan citra positif lembaga.

## 1.6 Landasan Pemikiran

### 1.6.1 Landasan Teoritis

Peneliti memilih model *four step Public Relations* sebagai konsep yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Cutlip (2018:320) pada bukunya yang berjudul “*Effective Public Relations*” menjelaskan bahwa konsep *four step public relations* terdiri dari:

1. Mendefinisikan *Problem PR*

Tahap identifikasi *problem PR* ini merupakan tahap awal dalam mengumpulkan data-data/ *fact finding* mengenai apa yang sedang terjadi atau tahap dimana dilakukannya analisis situasi.

2. Perencanaan dan pemrograman

Tahap perencanaan merupakan tahap dimana data-data yang sudah dikumpulkan atau data hasil dari *fact finding* tersebut dilakukan analisis strategi, yang mana strategi yang direncanakan tersebut dapat menjawab dari hasil analisis situasi yang dilakukan pada tahap awal.

3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi

Tahap ketiga dari *four step public relations* ini merupakan tahapan dimana penerapan dari strategi dari tahap *planning* atau tahap penerapan program guna mencapai tujuan.

4. Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahap dimana sebagai proses penilaian terhadap tahap-tahap sebelumnya, mulai dari tahap persiapan, implementasi, dan hasil

dari program. Pada tahap penilaian ini merupakan tahap dimana mengukur umpan balik tentang berhasil atau tidaknya program.

## **1.6.2 Kerangka Konseptual**

### **1.6.2.1 *Cyber Public Relations***

*Cyber Public Relations* merupakan salah satu perencanaan yang sudah cukup sering digunakan oleh profesi humas perusahaan atau lembaga dalam menciptakan dan mempertahankan komunikasi interaktif antara perusahaan atau lembaga dengan publiknya. Wiratmo (2017:327) dalam jurnal asfikom volume 3(2) dengan judul “*Website Pemerintahan Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations*” menjelaskan bahwa *Cyber Public Relations* merupakan aktifitas yang dilakukan praktisi *public relations* didalam perangkat media teknologi baru berbasisi internet yang direncana secara strategis dan untuk membangun komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya.

Media baru atau internet merupakan salah satu yang dinilai cukup efektif untuk kemajuan zaman saat ini, internet yang memiliki karakteristik dapat menjangkau masyarakat luas merupakan salah satu kelebihan yang dapat dimanfaatkan oleh *public relations* dalam menjalin hubungan baik dengan publik. *Cyber Public Relations* juga merupakan strategi yang setiap zaman akan terus terjadi perkembangan, yang mana teknologi itu sendiri merupakan kemajuan yang dimanfaatkan dalam *cyber public relations* ini merupakan hal yang semakin zaman selalu mengalami perkembangan dan perubahan.

Onggo (2017:5-6) dalam bukunya yang berjudul “*Cyber Public Relations Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media*

*Online*” menjelaskan bahwa seorang *public relations* memiliki peranan yang lebih besar dan luas melalui media internet dibandingkan dengan pada dunia fisik. Terdapat beberapa manfaat yang media internet atau media digital berikan bagi para profesi *PR* yang mana hal tersebut dapat melewati batas penghalang *PR* didunia fisik, diantaranya; 1) Komunikasi yang konstan; 2) Respon cepat; 3) Pasar Global; 4) Interaktif; 5) Komunikasi dua arah; 6) Hemat.

### **1.6.2.2 Humas**

Humas atau *public relations* merupakan bagian yang dimana menjadi perantara didalam sebuah perusahaan atau lembaga dengan publiknya. Humas dapat dikatakan sebagai salah satu kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian atau *mutual understanding* antara perusahaan atau lembaga dengan publiknya. Tercapainya *mutual understanding* antara perusahaan atau lembaga dengan publiknya, maka akan tercipta hubungan yang harmonis dan perusahaan atau lembaga akan baik dimata publiknya. Cutlip (2018:6) menjelaskan bahwa *public relations* merupakan profesi yang memiliki peran yang cukup penting dalam menentukan keberhasilan dari keberlangsungan sebuah perusahaan atau lembaga.

*Public Relations* dapat diartikan juga sebagai salah satu bagian yang berperan penting terhadap fungsi manajemen dalam sebuah hubungan yang baik dan bermanfaat antara perusahaan atau lembaga dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan perusahaan atau lembaga tersebut.

*Public Relations* sebagai fungsi manajemen tersebut berfungsi dalam membantu membangun dan menjaga proses komunikasi yang berperan sebagai



saluran komunikasi, membangun pemahaman bersama, membangun kerjasama antara perusahaan atau lembaga dengan publiknya, membantu manajemen agar tetap responsive dan mendapat informasi terkini yang dimana dapat berhubungan dengan manajemen *problem* atau manajemen isu dan dapat menjadi sebuah sistem peringatan dini atau mengantisipasi perubahan yang terjadi.

Wibawa (2020:36) dalam bukunya yang berjudul “Hukum dan Etika Humas” menjelaskan bahwa dibentuknya humas dalam sebuah lembaga atau perusahaan memiliki berbagai tujuan, terutama dalam hal:

1. Mengelola alur komunikasi dari manajemen kepada publik internal maupun eksternal.
2. Membuat perencanaan serta pelaksanaan program publikasi, sosialisasi, dan kampanye sebuah produk/jasa baru, kebijakan baru, serta informasi-informasi penting lainnya yang bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan/lembaga.
3. Membuat dan mengembangkan media serta saluran komunikasi yang ada sehingga dapat digunakan secara efektif untuk mencapai tujuan komunikasi yang sudah ditetapkan.

### **1.6.2.3 Citra**

Citra merupakan gambaran atau pandangan terhadap suatu hal. Citra sangat penting bagi sebuah perusahaan atau lembaga. Citra yang terbentuk di masyarakat sangat mempengaruhi masyarakat atau lembaga itu sendiri. Adriza (2015:80) menjelaskan bahwa citra didefinisikan sebagai jumlah keyakinan, sikap, stereotip,

ide-ide, perilaku yang relevan dari seseorang yang melihat suatu objek, orang, atau organisasi.

Terbentuknya citra yang positif di masyarakat akan berdampak positif pula di masyarakat, yang mana hal tersebut akan berdampak positif juga terhadap perusahaan atau lembaga itu sendiri, sebaliknya jika citra sebuah perusahaan atau lembaga negatif dimata publiknya maka hal tersebut juga dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan itu sendiri, sehingga dapat dikatakan citra merupakan pandangan atau perspektif seseorang yang dimana sengaja dibentuk untuk kepentingan suatu perusahaan atau lembaga.

## **1.7 Langkah-langkah Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu di Polres Kabupaten Sumedang yang beralamatkan di Jl. Prabu Gajah Agung No.48, Situ, Kecamatan Sumedang Barat, Sumedang, Jawa Barat.

### **1.7.2 Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma merupakan alat dalam sebuah penelitian yang menjadi asumsi dasar atau perspektif bagi peneliti yang akan berkaitan dengan tujuan peneliti. Dalam penggunaan paradigma peneliti akan menggunakan paradigma yang sesuai dengan cara pandang peneliti terhadap sebuah fenomena yang terjadi. Paradigma juga menjadi batasan bagi peneliti untuk menentukan apa yang menjadi permasalahan sehingga tahu apa yang harus dilakukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini berasumsi bahwa pengamatan dan objektivitas terhadap sebuah objek

penelitian merupakan hal terpenting. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa realitas terbentuk karena berbagai macam konstruksi. Konstruksi yang terbentuk dipengaruhi atau berdasarkan pemahaman dari interaksi sosial itu sendiri sehingga bersifat lebih khusus dan tidak dapat disimpulkan secara khusus atau tidak dapat digeneralisasikan. Dalam hal ini peneliti memiliki asumsi dasar atau pandangan bahwa realitas pengimplementasian strategi *cyber public relations* melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh bagian humas Polres Kabupaten Sumedang sebagai upaya dalam meningkatkan citra positif lembaganya merupakan realitas yang dimana tercipta karena adanya sebuah konstruksi didalamnya. Sehingga dengan paradigma konstruktivisme memfokuskan tujuannya terhadap bagaimana implementasi strategi *cyber public relations* yang dilakukan oleh humas Polres Kabupaten Sumedang melalui media sosial Instagram sebagai upaya dalam meningkatkan citra positif lembaga.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang dimana dapat menghasilkan suatu penjelasan mengenai suatu realitas dengan lebih terperinci atau lebih mendetail

### **1.7.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian analisis deskriptif kualitatif. Sugiyono (2018:125) dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kualitatif” menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan metode analisis data kualitatif yang bertujuan untuk memahami makna

dan keunikan dari sebuah objek yang diteliti; memahami proses dan atau interaksi sosial.

Metode analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang dalam penyusunannya atau dalam proses analisis data yang sudah terkumpul dengan cara menjelaskan atau mendeskripsikan data secara mendalam, sehingga akan didapatkan hasil atau kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis secara deskriptif mengenai bagaimana proses strategi *cyber public relations* yang dilakukan oleh humas Polres Kabupaten Sumedang melalui media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan citra positif lembaganya.

#### **1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1.7.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data deskriptif. Data deskriptif merupakan data yang digunakan untuk jenis penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif dan metode analisis deskriptif. Data deskriptif pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh bukan dalam bentuk angka-angka seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi merupakan data dalam bentuk kalimat atau naratif yang dapat menjadi data pendukung penelitian dalam menjelaskan atau mendeskripsikan mengenai realitas yang akan di teliti secara lebih rinci.

##### **1.7.4.2 Sumber Data**

Pada penelitian pasti dibutuhkan data-data yang mendukung penelitian tersebut. Data juga dapat diartikan sebagai suatu keterangan mengenai sesuatu, informasi yang didapatkan untuk menjadi dasar dalam sebuah penelitian. Perolehan

sebuah data dalam sebuah penelitian dapat diambil dari berbagai macam sumber. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

#### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer atau sumber data utama dalam penelitian ini merupakan seluruh data yang peneliti peroleh dari hasil wawancara mendalam dan observasi terhadap informan atau seseorang yang berkaitan secara langsung dan dapat memberikan berbagai informasi yang berkaitan atau yang dibutuhkan dalam melaksanakan penelitian ini atau mengenai strategi *cyber public relations* humas Polres Kabupaten Sumedang melalui media sosial Instagram sebagai upaya dalam meningkatkan citra positif lembaga.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data primer dalam penelitian ini peneliti menggunakan hasil penelitian terdahulu baik dalam bentuk jurnal maupun skripsi yang berkaitan dengan *cyber public relations* dan melalui berbagai akun media *digital* Polres Kabupaten Sumedang yang memuat informasi-informasi pendukung penelitian.

#### 1.7.5 Informan atau Unit Analisis

Peneliti memilih informan atau narasumber dalam penelitian ini dengan melihat keterkaitannya terhadap permasalahan atau tema yang diangkat dalam penelitian. Penetapan informan yang dilakukan oleh peneliti sebagai sumber perolehan data pada penelitian ini didasarkan pada informan yang turut andil atau berkaitan langsung dengan kegiatan *cyber public relations* pada akun media sosial Instagram Polres Kabupaten Sumedang dan dianggap dapat memberikan informasi atau data yang faktual dan aktual.

Jumlah informan yang dibutuhkan pada penelitian ini, yakni berjumlah tiga orang. Semua informan tersebut merupakan informan yang bertugas di bagian humas Polres Kabupaten Sumedang. Berikut profil tiga informan yang peneliti tetapkan:

1. M Ridwan Syaefullah Subagja, S.S. selaku Kasubsi Penerangan Masyarakat yang berkaitan atau bertugas dalam pengelola media sosial Instagram Polres Kabupaten Sumedang serta mengetahui teknis dilapangan.
2. Igin Suhendra selaku anggota humas Polres Kabupaten bagian Penerangan Masyarakat yang berkaitan atau bertugas dalam mengelola media sosial Instagram mengetahui atau terlibat dalam teknis dilapangan.
3. Pepi Yugi Susila selaku Kasubsi PIDM yang bertugas dalam pencarian informasi atau data dan dokumentasi dilapang.

## **1.7.6 Teknik Pengumpulan Data**

### **1.7.6.1 Wawancara Mendalam**

Teknik pengumpulan data secara wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan narasumber atau informan yang sudah ditentukan tanpa adanya perantara atau dilakukan dengan cara tatap muka. Data yang didapatkan dari hasil wawancara mendalam merupakan data primer atau data utama.

Mendapatkan data data dari teknik wawancara mendalam dilakukan dengan melontarkan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian pada informan. Jawaban dari informan terhadap pertanyaan -pertanyaan tersebut diharapkan menjadi sebuah informasi atau data yang dapat menjadi jawaban bagi

permasalahan yang sudah dirumuskan dalam penelitian ini atau mengenai strategi *cyber public relations* humas Polres Kabupaten Sumedang melalui media sosial Instagram sebagai upaya dalam meningkatkan citra positif lembaga.

Wawancara mendalam antara peneliti dengan ketiga informan dilaksanakan secara *offline* atau langsung pada tanggal 19 dan 26 Juli 2022 di Polres Kabupaten Sumedang yang berlokasi di Jl. Prabu Gajah Agung No.48, Situ, Kecamatan Sumedang Barat, Sumedang, Jawa Barat.

#### **1.7.6.2 Obsevasi Partisipasi Pasif**

Dalam teknik pengumpulan data observasi ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung dilokasi penelitian, Polres Kabupaten Sumedang. Pengamatan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi atau data secara langsung dengan melihat bagaimana proses yang dilakukan oleh humas Polres Kabupaten Sumedang dalam mengimplementasikan strategi *cyber public relations* sebagai upaya dalam meningkatkan citra positif lembaganya.

#### **1.7.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini, peneliti melalui beberapa tahapan, diantaranya:

##### **1.7.7.1 Reduksi data**

Reduksi data merupakan proses penyusunan terhadap informasi-informasi atau data yang sudah diperoleh dari berbagai macam teknik pengumpulan data yang sudah dilakukan. Dalam proses penyusunan ini peneliti juga menyaring kembali data-data yang diperoleh dengan mengambil data yang berkaitan dengan tema penelitian.

### 1.7.7.2 Display Data

Proses *display* data atau penyajian data ini merupakan proses dimana data yang sudah disusun dan dilakukan penyaringan di proses redaksi disajikan dengan data yang berbentuk teks atau data deskriptif. Dalam proses ini akan memudahkan peneliti dalam mendeskripsikan secara mendalam mengenai bagaimana humas Polres Kabupaten Sumedang dalam mengaplikasikan strategi *cyber public relations* melalui media sosial Instagramnya sebagai upaya dalam meningkatkan citra positif lembaganya.

### 1.7.7.3 Penarikan Kesimpulan

Dalam proses ini peneliti menarik kesimpulan dari hasil data deskriptif yang sudah dipaparkan dalam proses *display* data atau penyajian data. Kesimpulan yang diambil oleh peneliti merupakan gambaran secara keseluruhan mengenai bagaimana implementasi strategi *cyber public relations* melalui media sosial Instagram sebagai upaya meningkatkan citra positif lembaga yang dilakukan oleh humas Polres Kabupaten Sumedang atau menjadi gambaran dari rumusan masalah penelitian.

### 1.7.8 Rencana Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Apr 2022	Mei 2022	Jun 2022	Jul 2022	Agust 2022
1.	Persiapan Penelitian								
	Penyusunan dan pengajuan proposal								



	Revisi Proposal								
2.	Anjuran Penelitian								
	Sidang dan Revisi Proposal penelitian								
3.	<b>Pelaksanaan atau penyusunan Skripsi</b>								
	Pengumpulan Data								
	Analisis Data								
	Penyusunan Laporan								
	Bimbingan Skripsi								
4.	<b>Sidang Skripsi</b>								
	Bimbingan akhir Skripsi								
	Sidang Skripsi								
	Revisi Skripsi								

**Tabel 1. 1 Rencana Jadwal Pelitian**

Sumber: Data Olahan Peneliti