

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dunia *public relations* semakin mengalami berbagai perkembangan sehingga muncul banyak hal baru atau trend baru dalam aktivitas kerja seorang PR, sebagian orang ada yang sadar dan tidak sadar mengenai hal ini. Perkembangan digitalisasi dan teknologi saat ini melahirkan konsep baru yaitu *Digital public relations*. Di dunia kehumasan, *digital public relations* menjadi seni baru yang kini banyak di terapkan. Mengenai digital public relations sendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terlebih dahulu, menunjukkan bahwa di era industri 4.0 praktik kerja kehumasan terus melakukan banyak adaptasi dan bertransformasi. (Merianti dan Irwansyah, 2008). Di era digital ini Public Relations kian mengalami berbagai perubahan strategi dalam membenahi pencapaian aktivitas level yang lebih signifikan dan jauh lebih besar.

Program Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat atau disingkat LAPOR merupakan program yang dibentuk oleh Kantor Staf Kepresidenan (KSP) menjelang dimulainya pemerintahan Bapak Presiden, Presiden Ir. H.Joko Widodo. Program LAPOR hadir sebagai sebuah diskusi yang diberikan untuk mewujudkan tujuan-tujuan daerah dalam menampung aspirasi masyarakat, kemudian lagi-lagi program ini merupakan metode analisis dan pemikiran dari daerah untuk otoritas publik secara khusus. Program ini merupakan aplikasi berbasis media online untuk mengikutsertakan dukungan publik dan meningkatkan hubungan dua arah antara masyarakat dengan

pemerintah dalam mengawasi program-program pembangunan. Tidak hanya melayani masyarakat dalam menampung aspirasi mengenai pengaduan program pembangunan, LAPOR juga dapat digunakan dalam mengawasi pelayanan publik.

Program LAPOR dicetuskan sebagai sarana bagi Diskominfo Kota Sukabumi untuk menanggapi keluhan dari masyarakat, selain daripada itu, program ini juga hadir sebagai media informasi Diskominfo Kota Sukabumi untuk mengetahui setiap permasalahan apa saja yang ada di lingkungan mereka untuk kemudian selanjutnya akan ditindaklanjuti sebagai sarana untuk membantu masyarakat dalam menyampaikan aspirasi kepada pemerintah Kota Sukabumi. Otoritas publik khususnya Pemerintah Daerah Sukabumi tentunya harus mengikutsertakan masyarakat sebagai salah satu komponen pelaksana program pemerintah yang diarahkan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari setiap kemajuan kerja pemerintah, oleh karena itu program LAPOR ini hadir sebagai media informasi dan penyampai aspirasi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti masih terdapat masyarakat yang melakukan pengaduan serta penyampaian aspirasi di media sosial seperti facebook, sehingga pengaduan itu tidak terorganisir dan tidak diketahui oleh pemerintah terkait karena tidak disampaikan pada wadah yang telah di sediakan yaitu aplikasi E-LAPOR. Hal ini juga terlihat dari jumlah pengaduan dalam kurun waktu sebulan hanya terdapat beberapa jumlah pelapor saja. Setelah adanya Aplikasi E-LAPOR Diskominfo kota Sukabumi dapat menampung setiap informasi terkait permasalahan yang sedang terjadi di wilayah

Kota Sukabumi yang mana masyarakat dapat langsung menyampaikan serta melaporkan permasalahan melalui aplikasi ini yang nantinya akan tersambung pada aplikasi pemerintah sebagai penerima informasi. Dengan adanya aplikasi ini masyarakat akan mempunyai wadah yang terorganisir dalam menyampaikan setiap pengaduan aspirasi serta permasalahan yang nantinya bisa segera ditindaklanjuti oleh pemerintah terkait.

Berdasarkan data pra penelitian melalui pra observasi, peneliti mendapat informasi bahwa Pemerintah Kota Sukabumi, dalam menerima pengaduan dan aspirasi masyarakat, juga menyediakan layanan SMS LAPOR. Layanan SMS LAPOR merupakan kanal pengaduan yang diciptakan oleh pemerintah kota untuk memudahkan masyarakat yang tidak dapat menjangkau aplikasi-LAPOR karena berbasis Internet. Hal ini menjadi suatu kemudahan dalam memaksimalkan penggunaan pelayanan pemerintah yang dapat digunakan dalam menyampaikan pengaduan dan aspirasi terhadap pemerintah terkait, yang dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat.

Strategi digital *public relations* pada Diskominfo kota Sukabumi menjadi menarik untuk dibahas, terlebih mengenai bidang humas yang merancang bagaimana strategi yang dibentuk agar aplikasi dari program LAPOR ini menjadi efektif dan efisien digunakan oleh masyarakat dalam menyampaikan respon serta keluhan kepada pemerintah kota. Terlebih bidang humas memang berfokus pada proses strategi lanjut komunikasi yang terjadi antara pemerintah dengan publiknya.

Hadirnya aplikasi LAPOR memberikan ruang bagi daerah setempat untuk turut mengembangkan kualitas pelayanan lebih. Seperti yang tercantum dalam UU no. 25/2020 tentang Pelayanan Publik, masyarakat harus dilibatkan dalam proses pelayanan publik. Public Relations menggunakan internet untuk menghubungkan pemerintah dengan masyarakat umum untuk lebih mengembangkan aspirasi dan informasi data yang diberikan oleh masyarakat umum kepada otoritas publik telah berubah menjadi tugas PR untuk merancang tentang strategi apa yang harus dilakukan.

Dewasa ini digital *public relations* identik dengan media, bentuk dari munculnya media baru yang mencakup praktik-praktik media yang menggunakan teknologi digital dan komputer. Seperti halnya publik yang ada dalam ruang lingkup internet dalam hal ini mencakup *search engines, blog, new search, forums, discussion threads, social networks* dan alat komunikasi online lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti *Strategi Digital Public Relations Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-lapor* (Studi Deskriptif pada Diskominfo Kota Sukabumi). *Strategi digital public relations* menjadi menarik untuk diteliti dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada pemerintah Kota Sukabumi. Hal ini mampu melihat sejauh mana usaha lembaga dalam membentuk strategi Digital Public Relations dalam mewadahi aspirasi masyarakat ini.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang penelitian maka pada penelitian ini memiliki fokus terhadap strategi *digital public relations* dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E Lapor? Adapun beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut

1. Bagaimana *Planning* atau perencanaan yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR ?
2. Bagaimana *Organizing* atau proses pengorganisasian yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR ?
3. Bagaimana *Actuating* atau pelaksanaan yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR ?
4. Bagaimana *Controlling* atau pengawasan yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana perencanaan *public relations* yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR ?
2. Tujuan penelitian ini untuk Untuk menjelaskan bagaimana pengorganisasian yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR?
3. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan bagaimana pelaksanaan yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR ?

4. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan bagaimana pengawasan yang dilakukan Diskominfo Kota Sukabumi dalam mewadahi aspirasi masyarakat padaapliaksi E LAPOR ?

D.Kegunaan Penelitian

D.1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis yaitu, diharapkan penelitian yang dilakukan peneliti ini dapat memberikan kontribusi dan sumbangsih dalam memahami kajian ilmu komunikasi hubungan masyarakat. Serta sebagai bentuk perkembangan ilmu komunikasi hubungan masyarakat khususnya yang berkaitan dengan Strategi *Digital Public Relations*, serta untuk penelitian lanjutan tentang Strategi digital *public relations* E -LAPOR kota Sukabumi sebagai wadah aspirasi masyarakat

D.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari adanya hasil penelitian yang dilakukan peneliti ini, diharapkan dapat memberikan evaluasi serta masukan bagi Pemerintah Kota Sukabumi khususnya pada Divisi Humas yang menjadi tempat dilakukannya penelitian sekaligus sumber data penelitian dalam melakukan Strategi Digital Public Relations dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E-LAPOR ini.

D.3 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali serta menelaah penelitian terdahulu meskipun terdapat perbedaan namun peneliti menganggap memiliki relevansi dengan penelitian terkait. Peneliti mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu

sehingga peneliti dapat mengklasifikasi seperti persamaan dan perbedaannya. Berdasarkan hal tersebut, terdapat beberapa referensi penelitian terdahulu yaitu:

Pertama, penelitian yang diteliti oleh Ismi Nuraini Firdaus, mahasiswa Jurusan Humas, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Bandung pada tahun (2018). Judul dari penelitian ini adalah *Strategi Public Relations melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations* melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merk Ouval RSCH. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* melalui media internet yang dilakukan *Public Relations* dan promotion Ouval RSCH berhasil dan membangun dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH distro. *Brand loyalty* Ouval RSCH distro yang diukur melalui semua tahapan strategi *Public Relations* memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka sehingga mereka membentuk sikap positif terhadap merek tersebut.

Perbedaan penelitian Ismi Nurani Firdaus terletak pada tujuan penelitian, Penelitian Ismi Nurani Firdaus bertujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations* melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *public relations* dalam mewedahi aspirasi

masyarakat pada aplikasi E-LAPOR.

Kedua, penelitian yang diteliti oleh Lilih S. Hilaliah mahasiswa Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Bandung (2012). Penelitian ini berjudul *Peran Public Officer Oz Radio Bandung Dalam Memanfaatkan Akun Twitter Oz Radio*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *Public Relations officer* Oz Radio Bandung dalam memanfaatkan akun twitter Oz Radio sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *brand image* Oz Radio 103.1 FM Bandung.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa akun @ozradiobandung mendapat banyak follower dan cukup berpengaruh bagi para follower juga berhasil membangun *brand loyalty* melalui personalisasi dan konservasi, sedangkan akun @icozradio dapat membantu staff PR & promotion Oz Radio dalam menjalankan tugas nya sebagai media partner dengan pendekatan personal, terkait akun @PR_ozradio ternyata masih kurang mendapat perhatian follower karena kurang nya konservasi.

Perbedaan penelitian Lilih S. Hilaliah terletak pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Lilih S. Hilaliah bertujuan untuk mengetahui berjudul peran Public Officer Oz Radio Bandung dalam memanfaatkan akun twitter Oz Radio, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi digital public relations dalam mewedahi aspirasi rakyat pada aplikasi E LAPOR Pemerintah daerah Kota Sukabumi.

Ketiga, penelitian yang diteliti oleh Bella Chitra, Roswita Oktaviani (2019). Penelitian ini berjudul *Strategi Digital Public Relations pegiat podcast*

dalam membangun Brand Engagement. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa promosi di media sosial lebih efektif dilakukan daripada di website khususnya instagram karena kebanyakan pengguna adalah generasi milenial.

Perbedaan penelitian nurjayanti terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, penelitian terdahulu bertujuan untuk bagaimana brand engagement dapat terbangun melalui pegiat podcast. sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* dalam mewadahi aspirasi rakyat pada aplikasi E LAPOR Pemerintah Daerah Kota Sukabumi.

Keempat, penelitian yang diteliti oleh Arif Syahputra, M.E Fuandy pada tahun 2019. Judul penelitian yang diangkat adalah "*Strategi digital Public Relations Pada Infobdg*". Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor strategi digital public relations pada infobdg dalam mempertahankan eksistensi *corporate image*. sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi digital *public relations* dalam mewadahi aspirasi rakyat pada aplikasi E-LAPOR Pemerintah daerah Kota Sukabumi.

Kelima, penelitian yang diteliti oleh Amanda pada tahun 2020. Juga memiliki penelitian serupa dengan judul "*Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan*" jenis penelitian yang dilakukan memakai jenis Kualitatif. Tujuan penelitian ini adakah untuk mengetahui bagaimana strategi *Digital Public Relatios* dalam meningkatkan citra perusahaan dengan

menggunakan teori citra. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi *public relations* yang dilakukan sudah berjalan dengan baik hanya saja tingkat keefektifan dari masing-masing kegiatan memiliki nilai yang berbeda.

Tabel 1. Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode & Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Ismi Nuraini Firdaus	Strategi <i>Public Relations</i> melalui media internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek OUVAK RSCH.	Metode Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital <i>Public relations</i> melalui media internet yang dilakukan PR dan dan promotion OUVAK RSCH berhasil dan	Pada objek dan lokasi penelitian, paradigma yang digunakan berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi <i>public relations</i> melalui media internet dalam mempertahankan citra merek.
2.	Lilih S. Hilallah	Peran Public Officer Oz Radio Bandung dalam memanfaatkan akun twitter Oz Radio	Metode Kualitatif Studi Kasus	Akun @ozradio Bandung mendapat banyak follower dan cukup berpengaruh bagi para follower juga berhasil membangun <i>brand loyalty</i> melalui personalisasi dan	Perbedaan penelitian ini terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran public officer radio OZ Bandung dalam memanfaatkan

				<p>konservasi, sedangkan akun @icozradio dapat membantu staff PR & Promotion Oz radio dalam menjalankan tugas nya sebagai media partner dengan pendekatan personal, terkait akun @PR_Ozradio ternyata masih kurang mendapatkan perhatian.</p>	<p>akun akun twitter Ozradio.</p>
3.	<p>Bella Cgitra, Roswita Oktavian</p>	<p>Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement</p>	<p>Metode Kualitatif</p>	<p>Hasil Penelitian ini mengemukakan bahwa promosi di media sosial lebih efektif dilakukan daripada website khususnya media sosial intagram</p>	<p>Pada Objek, Lokasi penelitian. Perbedaan lain juga terdapat pada tujuan . Penelitian ini terdapat pada tujuan penelitian yang digunakan, penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui bagaimana brand engagement dapat terbangun melalui plagiati podcast.</p>
4.	<p>Arif</p>	<p>Strategi Digital</p>	<p>Metode</p>	<p>Bagaimana</p>	<p>Pada objek</p>

	Syahputra Fuandy.	Public Relations Pada Infobdg	Kualitatif	Strategi Digital Public Relations dalam mempertahankan eksistensi Corporate image.	dan lokasi penelitian, paradigma yang digunakan berbeda. Perbedaan lain juga terdapat pada tujuan penelitian, yang mana pada penelitian ini bertujuan untuk bagaimana strategi digital public relations infobdg dalam mempertahankan eksistensi corporate image.
5.	Amanda	Strategi Public Relations dalam meningkatkan Citra Perusahaan.	Metode Kualitatif	Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Strategi Public Relations telah berjalan dengan baik hanya saja efektivitas dari setiap kegiatan mengandung nilai yang berbeda-beda.	Pada objek dan lokasi penelitian. Perbedaan lain terletak pada tujuan penelitian.

E. Landasan Pemikiran

E.1. Pengertian Strategi

Ahmad Adnanputra (Ruslan, 2007 : 133) mengutarakan bahwa strategi merupakan sebuah rencana atau *plan* yang terpadu sedangkan rencana itu sendiri merupakan produk dari atau *planing* kemudian pada akhirnya perencanaan merupakan salah satu dari proses manajemen.

Thompson J.L mengatakan bahwa strategi adalah sebuah cara dalam mencapai hasil akhir yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Bennet mendefinisikan strategi sebagai arah yang dipilih oleh suatu organisasi untuk diikuti dalam mencapai tujuan atau misinya yang menawarkan lima kegunaan dari kata Strategi yaitu (Oliver 2007)

1. Sebuah rencana dari suatu arah dan tindakan yang diinginkan secara sadar
2. Sebuah cara, suatu geakan yang tangkas dan spesifik yang bertujuan untuk mengelabui lawan atau competitor;
3. Sebuah model yang berpola, dalam suatu susunan tindakan;
4. Sebuah posisi, suatu cara dalam menempatkan organisasi disuatu lingkungan.
5. Sebuah perspektif, suatu cara yang tsaling berkaitan dalam memandang dunia.

E.2. Teori POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)

George R. Terry memperkenalkan sebuah pemikiran Teori POAC, pemikiran ini dianggap salah satu yang paling jelas mengenai pemikiran manajemen. Pemikiran ini sering dikutip dan dijadikan sebagai dasar untuk penerapan dalam kaitannya dengan organisasi maupun sistem yang dibentuk

oleh pemerintahan dimana organisasi itu berdiri.

Berikut keempat sub-aktivitas dari teori POAC :

a. *Planning* (Perencanaan)

Effendy menjelaskan dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2009:7) *planning* atau perencanaan merupakan aktivitas dalam menetapkan tujuan serta tindakan-tindakan dalam ketercapaian dari tujuan tersebut. Dalam menyusun rencana dibutuhkan kemampuan dalam meramalkan atau memvisualkan suatu hal. Hal ini dianggap penting guna melihat bagaimana hambatan-hambatan yang akan dihadapi. Dengan begitu apabila terjadi benturan atau rintangan dapat diambil tindakan cepat.

Kemampuan memvisualkan sebuah rencana penting dilakukan karena dengan visualisasi memungkinkan siapapun dapat mengkhayati dan melihat dengan sigap apa saja yang harus dilakukan dalam melaksanakan perencanaan yang disusun tersebut guna tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan atau *planning* berupa standar dan penetapan tujuan, prosedur dan penentuan aturan, prediksi serta pembuatan sebuah rencana yang akan dihadapi.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing merupakan penghubung antara pelaksanaan dan rencana. yaitu penggiatan atau penggerakan yang akan dilibatkan dalam pencapaian sebuah tujuan. Pengorganisasian bertujuan untuk menciptakan koordinasi yang integrative, sebuah kerjasama yang dilakukan secara tepadu berdasarkan

pada mekanisme kerja yang mapan. Pengelompokan tugas dilakukan sedemikian rupa, sehingga dalam melaksanakan pekerjaan kelak tidak terjadi benturan psikologis di kalangan komponen aktivitas sehingga tidak menyebabkan tumpang tindih dalam pengerjaan tugas nantinya.

c. *Actuating*(Penggiatan)

Effendy menjelaskan dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2009:66) Penggiatan merupakan suatu upaya mengerahkan dan merangsang setiap anggota kelompok agar dapat menegerjakan dan melaksanakan tugas dengan gairah. Penggiatan ini dilakuka dalam bentuk membimbing, memimpin, dan mengarahkan sehingga setiap anggota kelompok tersebut memiliki kreativitas dalam melaksanakan dan mengerjakan sebuah rencana dalam mencapai tujuan yang twlh ditetapkan.

Kreativitas dan otoaktivitas harus dimiliki setiap anggota kelompok yang kemudian nantinya diperlukan sebuah motivasi. Kreativitas untuk bergerak dari masing-masing setiap anggota itu sebenarnya sudah ada, namun tetap saja butuh pengerahan kelompok. Gaya kepemimpinan yang perlu dilakukan dalam menggiatkan tahap *actuating* adalah dengan membimbing dan mengarahkan setiap anggota kelompok secara manusiawi dengan suasana yang demokratis dalam artian dapat mennampung setiap pendapat anggota dengan memecahkan permasalahan kerja yang ada, bukan dengan cara memerintah anggota kelompok.

d. *Controlling* (Pengawasan)

Effendy menjelaskan dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2009:78) *controlling* adalah sebuah tindakan dalam mengkaji atau memeriksa kegiatan yang dilakukan oleh anggota kelompok agar sesuai dengan rencana. Oleh sebab itu agar kegiatan yang dilakukan sesuai dengan rencana maka diperlu dilakukan pemekrisaan dan pengkajian. Pengawasan atau *controlling* didalamnya mencakup persiapan dari standar kualitas serta kuantitas dari hasil kerja. Agar terciptanya citra positif melalui produk atau jasa yang diberikan perusahaan maupun organisasi Faktor manusia, sumberdaya manusia yang pelik disebabkan oleh kejiwaannya, seringkali menjadi benturan dalam keempat tindakan dari sub aktivitas ini, . Keempat dari tindakan dalam manajemen itu, yakni *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*, dalam hubungan inilah diperlukan manajer dalam memahami *Human Relations* dan *Public reations*.

E.3 Pengertian Public Relations (PR)

Public Relations (PR) yang biasa ditulis dengan singkat PR atau yang juga biasa disebut hubungan masyarakat, PR merupakan bidang baru terutama di Indonesia. Menigkatnya perhatian dan kebutuhan terhadap *public relation*, terutama dari perusahaan dan lembaaga besar, maka timbulah kebutuhan terhadap orang-orang yang memiliki pengetahuan dan kemahiran dalam bidang tersebut.

Public Relations diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, mengandung arti hubungan dengan publik. Pengertian dari “Publik” itu

sendiri adalah sekelompok orang yang mempunyai minat yang sama dan menaruh perhatian pada suatu hal yang sama pula. Sedangkan istilah “*Relations*” penting sekali jika dilihat dalam hubungannya dengan pengertian *Public Relations*. Apabila dilihat dari pengertian di jika dilihat dan diterjemahkan dari asal katanya *Public relations* adalah “Hubungan-hubungan antar Publik” atau singkatnya “Hubungan-hubungan Publik”. Humas merupakan semua bentuk komunikasi yang terencana baik itu kedalam maupun keluar antara satu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian dapat dibedakan pada dua pengertian Frank Jefkins, 2002:10)

Secara sederhana, hubungan masyarakat atau sering disebut Humas adalah seni dalam menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam dan menumbuhkan kepercayaan publik terhadap suatu individu, lembaga, perusahaan atau organisasi. Namun, Humas banyak didefinisikan oleh para ahli secara berbeda. Perbedaan definisi ini dikarenakan kriteria yang digunakan para ahli sangat beragam.

F. Langkah Penelitian

F. 1 Metode Penelitian

Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mana memiliki maksud untuk memecahkan sebuah permasalahan yang diselidiki dengan cara menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam sebuah penelitian. Subjek atau objek didalam sebuah

penelitian dapat berupa lembaga, orang, masyarakat lainnya yang pada saat ini berdasarkan dengan fakta yang ada terkait strategi public relations dalam mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E LAPOR .

Djam'an Satori (2011:23) berpendapat bahwa Penelitian kualitatif penelitian kualitatif dilakukan karena keinginan untuk melakukan eksplor terhadap kejadian atau fenomena yang terjadi dan tidak dapat dikualifikasikan yang bersifat deskriptif atau seperti proses dalam langkah kerja, formula sebuah resep, pengertian mengenai sebuah konsep yang beragam, karakteristik suatu barang atau jasa, gambar, gaya, tata cara suatu budaya, bentuk fisik artifak dan lain-lain. metode deskriptif ditujukan untuk: Mengumpulkan informasi actual secara rinci untuk melukiskan gejala yang ada mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek- praktek yang berlaku membuat perbandingan dan evaluasi menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana data keputusan pada waktu yang akan datang.

G. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut

a. Primer pengumpulan data primer yaitu dilakukan dengan wawancara mendalam. Wawancara dilakukan dengan menyusun pertanyaan- pertanyaan yang kritis mendalam serta pewawancara diharuskan kreatif dalam membuat sebuah pertanyaan.

b. Data Sekunder yaitu penelitian yang dilakukan dengan mencari serta mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan skripsi penelitian, membaca arsip-arsip lembaga yang diteliti mengakses internet dan dari sumber lainnya.

H. Teknik Pemilihan Informan

Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel minimum. kecukupan dan kesesuaian merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan. Penelitian kualitatif tidak dibatasi terkait informan informasi bisa didapatkan sesuai dengan kebutuhan. Orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Divisi Humas Pemerintah Kota Sukabumi. Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas Pemerintah Daerah Kota Sukabumi dengan kriteria:

- a. Informan adalah Bagian Divisi Humas Pemerintah Daerah Kota Sukabumi tempat penelitian peneliti.
- b. Informan adalah para Staff Pemerintah Daerah Kota Sukabumi

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi menurut Kaelan adalah sebuah teknik dalam mengumpulkan pengumpulan data yang paling utama yang terdapat dalam sebuah penelitian. Penelitian kualitatif, observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek penelitian untuk mencari kebenaran, kondisi, situasi serta makna dalam mengumpulkan data. Melalui observasi juga dapat mempelajari mengenai perilaku serta makna dari perilaku tersebut dan dapat menginterpretasikan data beserta fakta yang ada dilapangan.

2. Wawancara

Wawancara mendalam merupakan sebuah teknik pengumpulan data dan proses memperoleh keterangan atau informasi melalui interaksi yang dilakukan secara langsung dengan informan dengan cara Tanya jawab guna mendapatkan suatu informasi yang mendalam.

Menurut Stewart (2012:118), wawancara merupakan sebuah interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran informasi, penggalian informasi tanggung jawab, motif dan kepercayaan guna pemenuhan sebuah informasi. Proses menggali informasi yang dilakukan oleh dua orang, secara terbuka dengan dasar kesediaan seorang informan. Dalam hal ini metode wawancara mendalam dilakukan dengan arah perbincangan sudah ditentukan tujuannya dan mengedepankan sebuah kepercayaan sebagai landasan utama dalam suatu proses pemahaman. Wawancara ini dilakukan dengan praktisi *Public Relations* guna meneliti bagaimana strategi public relations dalam

mewadahi aspirasi masyarakat pada aplikasi E LAPOR

J. Analisis Data

Dilakukannya teknik analisis data yaitu guna mengetahui apa saja kekurangan yang ada dalam sebuah penelitian, seperti perlunya beberapa pertanyaan yang perlu diajukan, metode seperti apa yang perlu digunakan dan mencari sebuah kesalahan yang perlu diperbaiki. Terdapat beberapa cara yang harus dilakukan dalam menganalisis sebuah data, diantaranya sebagaiberikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah proses pengumpulan data dari suatu bentuk analisis yang diperoleh di lapangan dan dianalisis dengan memilih hal yang utama atau membuang data yang dianggap tidak perlu sesuai dengan fokus penelitian untuk selanjutnya membuat tema guna memberi sebuah gambaran hasil dari penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan pemberian sebuah gambaran dan informasi dan merupakan salah satu kegiatan dalam pembuatan laporan dengan menyeluruh dalam berbagai bentuk yang dapat memudahkan serta menguasai data yang didapatkan.

K. Mengambil Simpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dilihat dari temuan-temuan yang ada, hingga akhirnya perlu dibuat sebuah kesimpulan melalui interpretasi dari semua yang telah dibahas dalam

penelitian ini.

L. Lokasi dan Jadwal Penelitian

L.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada sebuah lembaga Pemerintah yaitu Pemerintah Daerah Kota Sukabumi, Jl. Syamsudin.S. H. No. 25 Cikole, Kecamatan Cikole Kota Sukabumi Jawa Barat.

L.2 Jadwal penelitian

No	Daftar Kegiatan	Feb. 2022	Mar. 2022	Apr. 2022	Mei. 2022	Jun.2 022	Jul. 2022	Agst 2022
1	Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan Pengumpulan Data							
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian							
	Penyusunan Proposal Penelitian							
	Bimbingan Proposal Penelitian							
	Revisi Proposal Penelitian							
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian							
	Sidang Usulan Penelitian							
	Revisi Usulan Penelitian							
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi							
	Pelaksanaan Penelitian							
	Analisis dan Pengolahan Data							
	Penulisan Laporan							
	Bimbingan							

Skripsi								
4 Tahap Keempat : Sidang Skripsi								
Bimbingan Akhir Skripsi								
Sidang Skripsi								
Revisi Skripsi								





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG