

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemerintah Kabupaten Bandung merupakan salah satu pemerintahan daerah di Jawa Barat yang berfungsi untuk mengatur daerah sesuai dengan tugas dan tanggungjawab yang diatur dalam Undang-Undang No.23 Tahun 2014. Fungsi utama Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung adalah membangun hubungan yang harmonis dengan publik eksternal dan publik internal sehingga menciptakan reputasi baik bagi pimpinan maupun lembaga. Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan Pemerintahan Kabupaten Bandung melakukan kegiatan kehumasan dengan menggunakan media elektronik/ media digital untuk meningkatkan reputasi yang baik bagi para pimpinan, yakni Bupati, Wakil Bupati dan Sekretaris Daerah.

Pemerintah dalam menjalin hubungan yang baik, menciptakan reputasi dan *image* yang baik dimata masyarakat, harus saling pengertian dengan publiknya. Pemerintah harus mengetahui kebutuhan dan keinginan dari publik, maka pemerintah harus mendengarkan dan menerima kritik maupun saran dari masyarakat agar terciptanya *trust* atau kepercayaan publik terhadap pemerintah. Pemerintah dengan reputasi yang baik dan citra positif berdampak baik terhadap peran pimpinan, selain itu pula dapat memberikan dampak yang baik pula dengan terciptanya komunikasi antar lembaga dan masyarakat yang baik. Reputasi tercipta dari hubungan dua arah yang terjalin harmonis dan dinilai oleh publiknya, reputasi membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Azizah, Diah & Wulaningrum (2021:4)

menjelaskan reputasi sebagian dari aset investasi perusahaan atau lembaga untuk meningkatkan kinerja dan menghasilkan *output* yang maksimal. Salah satu cara meningkatkan reputasi adalah dengan memberikan informasi dan berkomunikasi secara langsung melalui media sosial dan media digital lainnya.

Media sosial merupakan salah satu media yang terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu dan menjadi media populer publik di berbagai belahan dunia, melalui media sosial para pengguna dapat berinteraksi dalam bentuk *one-to-one* dan dua arah secara virtual. Syam (2016:159) media sosial dapat memberikan perubahan pada pola masyarakat dan menjadikan media sosial sebagai alat interaksi, pencarian dan pemenuhan kebutuhan informasi. Lembaga pemerintahan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan publiknya dan membentuk citra yang baik dimata publiknya.

Cyber Public Relations atau disingkat *CPR* merupakan suatu proses dan atau kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh seorang pranata humas dengan menggunakan media internet atau media digital. *Cyber Public Relations* menjadi proses komunikasi penting bagi seorang *Public Relations* di era digital saat ini. Berkembangnya teknologi komunikasi dari masa ke masa, akan menciptakan perkembangan dan keberagaman media. Teknologi akan semakin berkembang seiring dengan kecerdasan manusia, suatu perubahan teknologi dari hal sederhana hingga hal kompleks akan memberikan perubahan pula pada pola kehidupan manusia.

Onggo (2004:4) dalam buku yang berjudul *Cyber Public Relations* menyatakan bahwa, *Cyber Public Relations* merupakan kegiatan seorang PR yang

dilaksanakan menggunakan internet, dari mulai publikasi, melakukan komunikasi dengan dengan berbagai pihak melalui jaringan internet. Internet atau *Interconnection Networking* merupakan jaringan komputer yang saling terhubung dengan menggunakan TCP/IP (*Global Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite*).

Keutamaan internet pada era digitalisasi dirasakan dalam kehidupan sosial masyarakat. Media elektronik internet menjadi media efektif bagi setiap kegiatan pada masa *new media*. Rusdianto (2014:99) media elektronik internet merupakan hal terpenting dalam menciptakan suatu komunikasi efektif, internet dapat menciptakan hubungan *one to one* atau juga disebut orang satu dengan orang lainnya bukan sekedar hubungan *one to many* atau juga disebut dengan hubungan satu orang dengan orang banyak. Humas dapat secara langsung menyampaikan informasi tersebut kepada publik sasaran dan menjaga hubungan harmonis dengan media dan reputasi digital dapat dibangun.

Cyber Public Relations semakin dikenal oleh berbagai lapisan masyarakat. Penggunaan internet oleh praktisi humas menjadi kekuatan tambahan untuk membantu pekerjaan dalam memenuhi tugasnya, karena masyarakat dapat dengan mudah mengakses semua aktivitas humas secara online kapan saja dan di mana saja. Pemanfaatan media internet diadaptasi oleh pranata *Public Relations* lembaga atau instansi pemerintahan untuk berkomunikasi dengan publiknya melalui praktisi humas. Nugraha, dkk. (2020:222) fungsi humas di lembaga pemerintah yaitu melaksanakan pelayanan informasi untuk publik dan tindak lanjut kegiatan

komunikasi sebagai upaya mempertahankan dan meningkatkan reputasi lembaga dan pimpinan.

Berdasarkan data pra penelitian yang dilakukan peneliti pada tanggal 21 Februari s/d 11 Maret 2022 di media sosial Instagram @prokopimkabbandung, Bagian Prokopim Setda Kabupaten Bandung melaksanakan kegiatan manajemen *Cyber PR* dengan mengembangkan konten dan inovasi-inovasi baru karena masih terdapat kekurangan dalam pengelolaan manajemen *Cyber Public Relations* yang dilaksanakan, hal tersebut mengharuskan Prokopim memperbaiki dan melakukan penanganan yang cepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan publik. Pemerintah sebagai lembaga yang memberikan jasa kepada masyarakatnya, harus mendengarkan dan memberikan apa yang dibutuhkan masyarakat sebagai upaya membangun reputasi.

Prokopim memiliki beberapa media sosial namun, media sosial Instagram yang terlihat lebih banyak mendapat atensi dari masyarakat. Penyusunan data pra penelitian yang dapat dianalisis dari media sosial Instagram Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemerintahan Kabupaten Bandung @prokopimkabbandung pada tanggal 21 Februari s/d 11 Maret 2022, menggambarkan media sosial Instagram memiliki konten yang bersifat insidental seperti hasil *release* kegiatan pimpinan baik berupa *microblog* maupun video dan ada pula yang bersifat terstruktur seperti 'Rebo nyunda', 'Selasa UMKM' dan sebagainya.

Bupati Kabupaten Bandung yaitu Dadang Supriatna juga mendapatkan berbagai penghargaan dari berbagai lembaga lainnya, salah satu penghargaan atas prestasi pengendalian inflasi dan inovasi digital yang diberikan oleh BI Jabar

dilansir dari *portalbandungtimur.pikiran-rakyat.com* pada tanggal 4 Agustus 2021. Instagram menjadi media sosial utama dari interaksi kegiatan pimpinan dan masyarakat, dari media sosial Instagram dapat meningkatkan reputasi digital bagi Pimpinan Pemerintahan Kabupaten Bandung dan elemen lainnya. Kegiatan yang telah dilaksanakan oleh pimpinan kemudian dibuat sebuah *release* oleh Subag Dokumentasi Pimpinan dan dipublikasi kepada publik untuk pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kabupaten Bandung.

Data di atas merupakan salah satu bukti bahwa Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Bandung melaksanakan kegiatan *Cyber Public Relations*. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan menerapkan berbagai inovasi dalam proses pengelolaan *Cyber PR* dalam mendukung program kerja pimpinan dan pemerintahan. Inovasi dilakukan untuk meningkatkan kinerja yang baik dan berupaya untuk meningkatkan reputasi dengan memberikan kebutuhan dan keinginan masyarakat hingga tercipta kepercayaan dari masyarakat melalui media digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melaksanakan penelitian manajemen *Cyber PR* yang dikelola oleh Bagian Prokopim Setda Kabupaten Bandung. Peneliti melihat bahwa kegiatan kehumasan *Cyber PR* yang dilakukan oleh Prokopim Setda Kabupaten Bandung dapat meningkatkan reputasi yang baik bagi pimpinan dimata publik.

Kemampuan untuk menciptakan, memelihara, melindungi, meningkatkan reputasi pimpinan dengan kegiatan *Cyber Public Relations* oleh Bagian Prokopim Kabupaten Bandung. Peneliti, oleh karena itu akan mendeskripsikan manajemen

Cyber Public Relations dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial instagram, maka penelitian dilakukan melalui studi kualitatif dan paradigma konstruktivisme, untuk melihat suatu fenomena sosial.

1.2 Fokus Penelitian

Dari hasil uraian latar belakang mengenai kegiatan manajemen *Cyber Public Relations* di Prokopim Setda Kabupaten Bandung maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tahap pengumpulan data konten dalam kegiatan *Cyber PR* Pemerintah Kabupaten Bandung melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan reputasi pimpinan?
2. Bagaimana tahap perencanaan konten Prokopim Setda Pemerintah Kabupaten Bandung melalui *Cyber PR* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram?
3. Bagaimana tahap komunikasi pesan informasi Prokopim Pemerintah Kabupaten Bandung melalui *Cyber PR* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram?
4. Bagaimana tahap evaluasi konten dari kegiatan *Cyber PR* Pemerintah Kabupaten Bandung melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan reputasi pimpinan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan focus penelitian di atas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tahap pengumpulan data konten dalam kegiatan *Cyber PR* Pemerintah Kabupaten Bandung dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui tahap perencanaan konten Prokopim Setda Kabupaten Bandung melalui *Cyber PR* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram.
3. Untuk mengetahui tahap komunikasi pesan informasi Prokopim Setda Pemerintah Kabupaten Bandung melalui *Cyber PR* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram.
4. Untuk mengetahui tahap evaluasi konten dari kegiatan *Cyber PR* Pemerintah Kabupaten Bandung untuk meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian yang dilakukan, diharapkan mampu memberikan dan menambah wawasan keilmuan mengenai Ilmu Komunikasi terkhusus ilmu kehumasan, yakni menambah pengetahuan mengenai *manajemen Cyber PR*, khususnya dalam meningkatkan reputasi pimpinan yang baik terutama meningkatkan digital reputasi melalui media sosial instagram.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat menjadi masukan dan memberikan kontribusi bagi Pemerintah Kabupaten Bandung terkhusus Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda, dan masukan bagi peneliti sebagai

pengetahuan mengenai manajemen *Cyber PR* terutama dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pustaka atau arsip bagi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, terkhusus Fakultas Dakwah dan Komunikasi, juga sebagai acuan penelitian terdahulu dengan tema ataupun objek penelitian yang sama.

1.5 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian ini diawali dengan analisis dari penelitian terdahulu yang memiliki relevansi atau keterkaitan dengan penelitian ini. Penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini akan menjadi rujukan dan perbandingan penelitian. Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian manajemen *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti kerjakan:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Meitsara Sakinah (2018) dalam skripsinya yang berjudul *Pengelolaan Cyber Public Relations dalam Meningkatkan Citra (Studi Kasus pada Website tribratenews.jabar.palri.go.id Polda Jawa Barat*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Polda Jawa Barat mendapatkan apresiasi dari publiknya dalam pengelolaan cyber publik relation di website *tribratenews.jabar.polri.go.id*, website tersebut juga sangat membantu memberikan informasi penting bagi masyarakat.

Letak kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Meitsara Sakinah dengan yang saya teliti adalah pada penerapan model yang sama yakni pengelolaan atau manajemen *Cyber Public Relations* terhadap inovasi media digital dan pemanfaatan

dengan dapat meningkatkan eksistensi dan citra yang baik. Perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan terhadap Polda Jawa Barat sedangkan yang saya teliti yakni Prokopim Kabupaten Bandung melihat dari kaca mata seorang humas melalui media sosial instagram.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Susanti Mitha Anwari (2021) dalam skripsi 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. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan di Pemerintahan Subang melakukan kegiatan pengelolaan cyber PR dengan memanfaatkan media sosial instagram, facebook, dan youtube dengan metode SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*).

Letak kersamaan penelitian yang dilakukan oleh Susanti Mitha Anwari, dengan penelitian yang diuji peneliti yakni terletak pada tema penelitian, *Cyber Public Relations* terutama dalam meningkatkan reputasi pimpinan. Perbedaannya yaitu terdapat pada media sosial dan tempat dari objek penelitian juga tujuan penelitian.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Anindita Susilo dan Ahmad Fauzy (2021) dalam jurnalnya dengan judul *Cross platform Social Media Management: A Case Study on Cyber Public Relations Implementation of Indonesia's Private TV Station in Building External Stakeholders Engagement. Technium Social Sciences Journal* Vol. 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Cyber PR* menjadi salah

satu alat penting untuk pendukung kegiatan kehumasan yang efektif bagi media TV untuk berhubungan dengan publiknya.

Persamaan penelitian terdahulu dengan yang diteliti yakni melihat fenomena *Cyber PR* melalui platform media sosial dan menggunakan metode 4 step PR dalam penelitian. Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yakni objek penelitian dan objek penelitian spesifikasi pada website sedangkan peneliti melakukan penelitian pada media sosial Instagram.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah & Rahayu (2020) dalam jurnalnya dengan judul Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan Vol. 2. No. 1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Cyber PR* yang dikelola oleh Korporat menggunakan Instagram menggunakan SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*).

Persamaan penelitian terdahulu dengan yang diteliti yakni melihat fenomena *Cyber PR* dan penerapan *new media*, terutama menggunakan media Instagram tujuan penelitian tersebut berkonteks sama dengan penelitian yang akan dijalankan yakni melihat bagaimana berkomunikasi melalui media dengan menyebarkan informasi untuk meningkatkan reputasi yang baik. Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Wawat Setiawan, Wina Erwina & Susie Perbawasari (2022) dalam jurnalnya dengan judul Digital branding Kantor Arsip Universitas Padjadjaran dalam Upaya Penguatan Reputasi. PProfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat Vol. 6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perlu waktu yang cukup lama untuk dibangun, namun di era digital

saat ini reputasi bisa secara cepat terbentuk melalui media internet dengan mempertimbangkan sedemikian rupa dari hasil evaluasi dan analisis dari rancangan yang telah dibuat dengan baik.

Persamaan penelitian terdahulu dengan yang diteliti yakni melihat penggunaan media baru atau *new media* dalam membangun reputasi digital. Penelitian tersebut melihat bagaimana pengelolaan reputasi di media sosial, konteks tersebut sesuai dengan penelitian yang akan diteliti. Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Rahmayati Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung dengan judul Manajemen *Cyber PR* dalam Meningkatkan Reputasi Pimpinan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kualitatif di Prokopim Setda Kabupaten Bandung).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui manajemen atau proses apa saja yang dilakukan Prokopim Kabupaten Bandung dalam melaksanakan kegiatan *Cyber PR* di media sosial Instagram untuk meningkatkan reputasi Pimpinan Kabupaten Bandung.

Penelitian tersebut dapat menjadi perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini mengarah pada meningkatkan reputasi pimpinan dengan mengembangkan konten-konten yang menarik dan menggunakan feedback dari publik sebagai pengukur kegiatan *Cyber PR* di media digital terutama media sosial Instagram @prokopimkabbandung.

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Relevansi	Perbedaan

			Penelitian			
1	Meitsara Sakinah (2018)	Pengelolaan Cyber Public relations dalam Meningkatkan Citra (Studi Kasus pada Website tribratene.ws.jabar.polri.go.id Polda Jawa Barat	Studi Kasus Kualitatif	Humas Polda Jawa Barat mendapatkan apresiasi dari publiknya dalam pengelolaan <i>cyber publik relation</i> di website tribratene.ws.jabar.polri.go.id , website tersebut juga sangat membantu memberikan informasi penting bagi masyarakat	Penerapan model yang sama yakni pengelolaan atau manajemen <i>cyber public relations</i> terhadap inovasi media digital dan pemanfaatan dengan dapat meningkatkan eksistensi dan citra yang baik	penelitian yang dilakukan terhadap Polda Jawa Barat sedangkan yang saya teliti yakni Humas Kabupaten Bandung melihat dari kaca mata seorang humas melalui media sosial instagram
2	Susanti Mitha Anwari (2021)	Pengelolaan Cyber Public Relations dalam meningkatkan reputasi pimpinan : Studi deskriptif pada Media Sosial Instagram, Facebook, dan YouTube Protokol	Metode Kualitatif Deskriptif	Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan di Pemerintahan Subang melakukan kegiatan pengelolaan <i>cyber PR</i> dengan memanfaatkan media sosial instagram, facebook, dan youtube dengan metode SOME.	Letak kersamaan penelitian yang dilakukan oleh Susanti Mitha Anwari, dengan penelitian yang diuji peneliti yakni terletak pada tema penelitian, <i>Cyber public relations</i> terutama	Perbedaannya yaitu terdapat pada media sosial dan tempat dari objek penelitian juga tujuan penelitian

		dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Subang			dalam meningkatkan reputasi pimpinan.	
3	Anindita Susilo dan Ahmad Fauzy (2021)	Cross platform Social Media Management: A Case Study on Cyber Public Relations Implementation of Indonesia's Private TV Station in Building External Stakeholders Engagement	Metode Kualitatif Deskriptif	<i>cyber PR</i> menjadi salah satu alat penting untuk pendukung kegiatan kehumasan yang efektif bagi media TV untuk berhubungan dengan publiknya.	Persamaan penelitian terdahulu dengan yang diteliti yakni melihat fenomena <i>cyber PR</i> melalui platform media sosial dan menggunakan metode 4 <i>step PR</i> dalam penelitian.	Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yakni objek penelitian dan objek penelitian spesifikasi pada website sedangkan peneliti melakukan penelitian pada media sosial Instagram.
4	Mahmud & Rahayu (2020)	Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah	Metode Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Cyber PR</i> yang dikelola oleh Korporat menggunakan Instagram menggunakan	Instagram tujuan penelitian tersebut berkonteks sama dengan penelitian yang akan dijalankan	Perbedaan terletak pada objek penelitian.

		Pusat Perbelanjaan		n SOME (<i>Share, Optimize, Manage, Engage</i>).	yakni melihat bagaimana berkomunikasi melalui media dengan menyebarkan informasi untuk meningkatkan reputasi yang baik. Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian	
5	Wawat Setiawan, Wina Erwina & Susie Perbawasari (2022)	Digital branding Kantor Arsip Universitas Padjadjaran dalam Upaya Penguatan Reputasi	Metode Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi perlu waktu yang cukup lama untuk dibangun, namun di era digital saat ini reputasi bisa secara sepat terbentuk melalui media internet dengan mempertimbangkan sedemikian rupa dari hasil	Persamaan penelitian terdahulu dengan yang diteliti yakni melihat penggunaan media baru atau new media dalam membangun reputasi digital. Penelitian tersebut melihat bagaimana pengelolaan	perbedaan terletak pada objek penelitian.

				evaluasi dan analisis dari rancangan yang telah dibuat dengan baik.	reputasi di media sosial, konteks tersebut sesuai dengan penelitian yang akan diteliti.	
6	Rahayu Rahmayanti (2022)	Manajemen <i>Cyber PR</i> dalam Meningkatkan Reputasi Pimpinan melalui Media Sosial Instagram (Studi Kualitatif di Prokopim Setda Kabupaten Bandung)	Metode Kualitatif	Manajemen <i>Cyber PR</i> yang dilakukan oleh Prokopim Kabupaten Bandung dengan media sosial Instagram melakukan empat tahap yaitu pengumpulan data konten, strategi konten, komunikasi pesan informasi, dan evaluasi konten.		

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini membahas mengenai manajemen *Cyber Public Relations* dari Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung yang dilaksanakan oleh Bagian Protokol

dan Komunikasi Pimpinan dalam melaksanakan pengembangan reputasi melalui media sosial instagram di Kabupaten Bandung. Pengelolaan dalam kegiatan *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Prokopim Setda Kabupaten Bandung sebagai kelembagaan yang melaksanakan tugas dan fungsi untuk mencapai kredibilitas bagi publik.

Teori *step four PR* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center & Broom merupakan suatu proses atau pengelolaan dari kegiatan kehumasan atau juga disebut dengan manajemen PR. Teori ini digunakan dalam proses perencanaan kegiatan hingga evaluasi kegiatan yang dilakukan oleh pranata humas. Cutlip, dkk. (2006:320) proses atau pengelolaan tersebut dibagi menjadi empat proses diantaranya:

1. Mendefinisikan suatu problem, langkah ini merupakan langkah pertama dimana melakukan pencarian (*Search*) dari suatu kegiatan, opini, berita dan sebagainya yang berhubungan dengan program dan tujuan lembaga. Proses tersebut dapat diimplementasikan pada apa saja yang terjadi saat itu.
2. Perencanaan dan pemrograman, proses kedua setelah melakukan perencanaan dari hasil pencarian yang ditemukan. Tahap ini dapat merumuskan strategi, tindakan dan keputusan apa saja yang akan diambil untuk melaksanakan program.
3. Pengambilan tindakan dan berkomunikasi, dalam proses ini program dikomunikasikan atau diimplementasikan sesuai dengan perencanaan yang dirancang pada publik sesuai dengan tujuan lembaga.

4. Pengevaluasian program, proses terakhir dari rangkaian kegiatan PR yang menimbangkan hasil dari program yang telah dilakukan. Penilaian baik atau ada kekurangan dari program ataupun proses program tersebut yang nantinya menjadi pertimbangan bagi program kelanjutannya dan kembali menuju siklus awal.

Teori *four step* PR memberikan gambaran proses terperinci dari kegiatan pranata humas dalam mengimplementasikan program kehumasan yang akan terus berputar seperti siklus. Kegiatan kehumasan perlu adanya pencarian terlebih dahulu sebelum menerapkan strategi hingga implementasi secara langsung dan terakhir evaluasi dari hasil kerja.

Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Bandung melakukan proses manajemen kehumasan dalam upaya meningkatkan reputasi pimpinan secara digital melalui media sosial instagram. Subag Dokumentasi Pimpinan Kabupaten Bandung melaksanakan kegiatan humas konvensional dan humas digital yang berkeselarasan. Upaya meningkatkan reputasi sesuai dengan perkembangan zaman mengharuskan Subag Dokumentasi Pimpinan melakukan pengelolaan reputasi secara digital.

1.6.2 Landasan Konseptual

Penelitian ini dibentuk dengan generalisasi hal-hal khusus, konsep ini dapat berubah menjadi konstruk dimana konsep yang dapat diamati dan diukur. Operasional merupakan kegiatan mengukur suatu konsep yang abstrak menjadi konstruk yang diamati. Menghindari salah tafsir dalam penelitian ini, maka pendefinisian diharapkan dapat membantu memperjelas tujuan penelitian.

1. *Manajemen PR*

Manajemen merupakan pengelolaan dari suatu struktur dalam mencapai tujuan yang diinginkan. (Hery, 2018:8) menyatakan bahwa manajemen merupakan suatu proses pengkoordinasian kegiatan maupun pekerjaan secara efektif dan efisien, dengan keterlibatan orang didalamnya.

Perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi merupakan tahap dalam manajemen yang penting, dengan adanya penerapan manajemen menjadi suatu upaya untuk melaksanakan suatu kegiatan dengan terkoordinir dan tepat. Manajemen yang dilakukan oleh hubungan masyarakat mencakup fungsi mendefinisikan suatu masalah yang ada, melakukan penyusunan atau perencanaan, mengimplementasikannya dengan Tindakan, lalu mengevaluasi hasil dari tindakan. Cutlip, Center, & Broom (2006:321) menjelaskan bahwa proses manajemen pada hubungan masyarakat tidak bergulir sampai dengan evaluasi, manajemen dalam hubungan masyarakat akan kembali pada awalan, setelah evaluasi dari hasil tindakan, hubungan masyarakat mendefinisikan kembali permasalahan yang ditemukan. Prokopim Setda Kabupaten Bandung sebagai lembaga yang melakukan kegiatan kehumasan tentu melaksanakan manajemen PR untuk mengoptimalkan dan kerjanya terorganisir sesuai dengan tujuan.

2. *Cyber Public Relations*

Pelaksanaan kegiatan *E-PR* di era digital mengalami banyak perkembangan, dari segi alat komunikasi maupun perkembangan fitur digital lainnya. Onggo (2004:2) menyatakan bahwa, *Cyber Public Relations*

merupakan kegiatan seorang PR yang dilaksanakan menggunakan internet, dari mulai publikasi, melakukan komunikasi dengan dengan berbagai pihak melalui jaringan internet

Cyber Public Relations menjadi kegiatan yang dilakukan humas di era digitalisasi yang semakin berkembang. Puspitasari & Purwani (2022:34) *Cyber Public Relations* berfungsi sebagai kegiatan kehumasan dalam meningkatkan engagement dengan publiknya dan sebagai bentuk transparansi kegiatan atau data. Melalui kegiatan *Cyber Public Relations* informasi akan tersebar dengan cepat kepada publik transparansi data dapat mendapatkan *feedback* langsung dari publiknya melalui komunikasi dua arah digital dengan media sosial. Prokopim Setda Kabupaten Bandung melakukan kegiatan *Cyber Public Relations* sebagai bentuk pengelolaan Instagram sebagai media digital yang digunakan.

3. Reputasi

Reputasi menggambarkan suatu kinerja dan perilaku dari subjek tertentu, reputasi yang baik akan berdampak baik pada suatu pekerjaan yang ada. Puspitasari & Purwani (2022:77) reputasi dipengaruhi oleh persepsi atau citra lembaga dimata publik dikombinasikan dengan kinerja dan sikap dari lembaga yang ditambah dengan komunikasi harmonis. Setiap lembaga pemerintahan penting untuk menciptakan komunikasi yang baik dan kinerja yang baik agar reputasi yang dibangun juga baik.

Prokopim Setda Kabupaten Bandung yang bertugas meningkatkan dan memelihara reputasi pimpinan dan reputasi pemerintahan yang baik dimata

publiknya, oleh karena hal tersebut pesan informasi yang dipublikasi berbentuk konten sangat penting untuk diketahui publik dari suatu kegiatan pimpinan maupun konten pendukung lainnya.

4. Media Sosial

Perkembangan media digital meningkat sejalan dengan perkembangan teknologi lainnya. kegiatan berkomunikasi dapat terjalin secara dua arah dengan menggunakan jaringan internet, hal tersebut pula yang menumbuhkan lahirnya *new media* termasuk media sosial. Luttrell (2015:22) media sosial merupakan suatu hubungan sosial digital (hubungan menggunakan internet) yang saling berinteraksi secara individu dengan group atau lembaga dengan publiknya, selain itu berfungsi sebagai publikasi informasi, edukasi, maupun hiburan. Media sosial membantu aktivitas pekerjaan dengan cepat dan dalam jangkauan karena itu media sosial menjadi alat komunikasi populer efektif pilihan publik untuk berkomunikasi baik dengan pengguna yang dikenal maupun pengguna yang baru dikenal melalui dunia maya.

Prokopim dalam menjalankan kegiatan *Cyber Public Relations* membutuhkan media digital dalam pengaplikasiaanya, oleh karena itu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh publik menjadi media yang digunakan untuk berkomunikasi dengan publiknya terutama masyarakat Kabupaten Bandung.

5. Instagram

New media semakin berkembang tidak hanya pengguna media sosial secara personal merek dagang hingga lembaga juga menggunakan media sosial

sebagai media informasi dan komunikasi dengan publiknya. Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan karena fitur dan jangkauan yang luas. Luttrell (2015:132) media sosial instagram tidak luput dari perhatian banyak merek populer dan lembaga-lembaga daerah hingga internasional menggunakan Instagram sebagai alat untuk berkomunikasi dengan publiknya secara meluas, tentunya lembaga maupun perusahaan memiliki perencanaan pengelola media Instagram hingga penerapannya dalam strategi sosial lembaga atau perusahaan yang bersangkutan.

Prokopim Kabupaten Bandung menggunakan Instagram sebagai media sosial utama dalam berkomunikasi dengan publiknya, melalui Instagram Prokopim juga mendapatkan *feedback* untuk inovasi baru dalam meningkatkan reputasi pimpinan dan pemerintahan.

1.7 Langkah – Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kantor Sekretaris Daerah Kabupaten Bandung, Jl. Raya Soreang No. 141, Kabupaten Bandung Jawa Barat. Peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemerintah Kabupaten Bandung karena tertarik dengan cara pengelolaan media *Public Relations* oleh Prokopim Kabupaten Bandung dalam meningkatkan reputasi pimpinan baru Pemerintah Kabupaten Bandung melalui media sosial terkhusus media sosial Instagram.

Pimpinan Pemerintah Kabupaten Bandung yakni Bupati Dadang Supriatna dan Wakil Bupati Syahrul Gunawan, baru dilantik di awal tahun 2021, pada bulan

April oleh Gubernur Jawa Barat. Pelantikan Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Bandung dilaksanakan pada masa pandemi covid-19 adanya kegiatan humas digital memberikan kemudahan kepada praktisi humas untuk menjalin hubungan dengan publiknya secara efektif untuk meningkatkan reputasi pimpinan.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

1. Paradigma Konstruktivisme

Penelitian ini berdasarkan fenomena sosial ataupun sudut pandang seseorang, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Mulyana (2004:63) menyatakan bahwa Paradigma adalah sudut pandang yang ada ketika seseorang melihat masalah yang dapat ditelaah. Paradigma dipergunakan sebagai suatu alat untuk memberikan pemahaman terhadap apa yang dipandang menjadi suatu hal penting, benar, dan logis.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana paradigma tersebut yang akan memberikan pemahaman kepada peneliti dalam memahami suatu realitas sosial berlandaskan perilaku mereka atau *social eksperiens* dari objek itu sendiri. Mulyana dalam Anwari (2021:24) bahwa paradigma konstruktivisme merupakan struktur sosial yang ada, hasil dari interaksi individu maupun kelompok Paradigma konstruktivis didasarkan pada suatu subjek yang berusaha belajar agar dapat mengerti hal-hal yang pada akhirnya menghasilkan pengetahuan, karena pada dasarnya pengetahuan yang diperoleh didasarkan pada apa yang telah dipelajari dilakukan sendiri.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini karena adanya relevansi tujuan penelitian dengan paradigma konstruktivisme.

Paradigma konstruktivisme juga dapat membantu peneliti dalam memahami cara Prokopim Setda Pemkab Bandung dalam meningkatkan reputasi pimpinan dengan menggunakan manajemen *Cyber Public Relations* yang baik melalui media sosial instagram.

1.7.3 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, metode ini adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis dari suatu fenomena yang diteliti dan diamati. Mulyana (2013:5) tertulis bahwa penelitian dengan menggunakan jenis kualitatif juga tidak menggunakan rumusan angka. jenis data ini merupakan data yang bentuknya bukan angka, penelitian data kualitatif menafsirkan fenomena yang terjadi di masyarakat dan diperjelas secara naratif berdasarkan makna-makna yang diberikan.

Metode kualitatif deskriptif membantu peneliti dalam mengumpulkan informasi dan data-data yang berhubungan dengan manajemen *Cyber Public Relations* Kabupaten Bandung dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram. Ardianto (2010:60) metode kualitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah, metode ini menjelaskan peneliti terjun langsung kelapangan dan bertindak sebagai pengamat, dan bebas mengamati objek.

1.7.4 Jenis Data Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik yang berkamufase menjadi pendekatan kualitatif, dimana jenis data kualitatif

merupakan jenis data untuk mendapatkan pemahaman terbaru yang kompleks, dan komprehensif dari objek yang diteliti. Jenis data dari penelitian ini adalah jawaban dari pertanyaan penelitian, diantaranya:

- a. Data mengenai bagaimana tahap pengumpulan data konten *Cyber Public Relations* Prokopim Setda Kabupaten Bandung dalam meningkatkan reputasi pada masa pandemi
- b. Data mengenai bagaimana tahap perencanaan konten Prokopim Setda Kabupaten Bandung melalui *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial instagram.
- c. Data mengenai bagaimana tahap komunikasi pesan informasi Prokopim Setda Kabupaten Bandung melalui *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial Instagram.
- d. Data mengenai bagaimana evaluasi konten dari kegiatan *Cyber Public Relations* Prokopim Setda Kabupaten Bandung dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial instagram.

2. Sumber Data

Penelitian ini akan menggunakan dua sumber data yaitu primer dan sekunder, yang mana penggunaan kedua sumber data ini bertujuan untuk memperoleh dan mengumpulkan data-data penelitian dari setiap sumber data.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data-data yang bersumber atau diperoleh langsung dari lapangan. Sugianto (2020:16) menyatakan bahwa sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti.

Sumber data primer yang menjadi elemen penelitian yakni seluruh pihak yang berada dilingkungan bagian Prokopim Setda Kabupaten Bandung dan juga terkait dengan penelitian yang sedang peneliti angkat yaitu manajemen *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan reputasi pimpinan di Kabupaten Bandung melalui media sosial instagram.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang dapat digunakan setelah sumber data primer. Sugianto (2020:17) menyatakan bahwa sumber data sekunder merupakan data yang didapat oleh peneliti secara tidak langsung. Dalam sumber data sekunder biasanya peneliti mendapat data dari pihak ketiga atau mencari melalui dokumen. Data sekunder yang didapat berupa literatur yang ada, karya ilmiah baik skripsi, jurnal, buku-buku, berita, serta media online dan sebagainya.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang dipilih oleh peneliti yaitu teknik *purposive sampling*. Sugiono dalam Lutfia and Zanthly (2018:398) teknik *purposive sampling* merupakan teknik dalam menentukan informan dengan pertimbangan mandiri oleh peneliti (peneliti dapat mempertimbangkan sendiri). Penentuan informan dilakukan oleh peneliti dengan memilah sesuai dengan fokus pada penentuan yang dilakukan mengenai manajemen *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan reputasi pimpinan melalui media sosial instagram.

Peneliti memilih satu sampai tiga informan dalam melaksanakan wawancara untuk mendapatkan data-data informasi yang berhubungan dengan manajemen *Cyber PR* di Prokopim Setda Kabupaten Bandung dalam upaya meningkatkan reputasi pimpinan. Menurut Dukes dalam Maulud (2019:68-69) penelitian kualitatif dapat mengambil informan dari 3 sampai 10 orang untuk diteliti mengenai suatu fenomena atau objek penelitian yang akan diteliti.

Informan yang dipilih memiliki pengetahuan lebih terkait hal-hal yang diteliti, serta informan yang terjun secara langsung sebagai pelaku dari objek penelitian. Hasrullah (2009:60) kriteria informan diantaranya pertama, informan merupakan saksi mata dari objek yang diteliti. Kedua, informan merupakan seseorang yang terlibat langsung dalam peristiwa yang diteliti. Ketiga informan memiliki waktu bagi peneliti untuk mengumpulkan data dari objek yang diteliti. Keempat, non-analitis artinya informan menggunakan bahasa sendiri untuk mendeskripsikan objek yang diteliti. Penjelasan tersebut dapat diterapkan dalam kriteria informan dalam penelitian, setelah dilakukan tiga informan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria informan yang ada.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut data yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis dua metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk mendapatkan data: Efektif dan bertanggung jawab, dan data harus diperoleh oleh:

1. Wawancara mendalam

Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam adalah proses mendapatkan informasi mendalam yang relevan dari suatu peristiwa (*events*)

yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Ardianto (2010:178) teknik wawancara mendalam atau *depth interview* merupakan teknik pengumpulan data secara tatap muka langsung dengan informan yang dituju. Kegiatan ini berbentuk tanya jawab tatap muka antara penanya dengan informan, menggunakan kaidah dan panduan wawancara. Wawancara ini bertujuan agar peneliti mendapatkan fakta (fenomena yang nyata) agar dapat memperkuat kepercayaan dari keadaan yang sebenarnya, dan untuk mengenali keterangan lebih dalam mengenai perkembangan media sosial Prokopim Kabupaten Bandung, serta manajemen *Cyber PR* dalam meningkatkan reputasi pimpinan.

Penelitian yang peneliti lakukan dengan teknik wawancara mendalam dengan mengambil tiga informan untuk diwawancarai secara langsung dari tenaga ahli Prokopim Setda Kabupaten Bandung sesuai dengan kriteria atau karakteristik yang peneliti pilih. Peneliti berencana melakukan kunjungan ke kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Bandung Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan, peneliti akan memberikan dua tipe pertanyaan yakni pertanyaan dengan sifat terstruktur (pertanyaan yang sudah disiapkan) dan pertanyaan tidak terstruktur (pertanyaan spontan). Kegiatan wawancara yang dilakukan mengacu pada pedoman wawancara yang peneliti siapkan sebelum wawancara dilaksanakan. Pedoman wawancara dapat dilihat di lampiran dan hasil wawancara dapat dilihat di BAB III.

2. Observasi Partisipatif Pasif

Observasi ini merupakan observasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data tanpa harus terjun langsung kedalam kegiatan yang diteliti.

Mardawani (2020:55) observasi partisipatif pasif yaitu penelitian dengan mendatangi objek penelitian namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang diteliti. Teknik ini mendorong peneliti untuk mendapatkan data dengan cara memperhatikan kegiatan yang sedang diteliti.

Teknik observasi ini akan lebih terpusat pada bagaimana cara praktisi Humas Prokopim Kabupaten Bandung melakukan manajemen *Cyber Public Relations* melalui media sosial instagram, maka dari itu peneliti mengamati kegiatan dari manajemen *Cyber PR* yang dilaksanakan oleh Prokopim hingga mendapatkan suatu gambaran tertentu. Observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan menargetkan pihak yang terlibat dalam pengelolaan manajemen *Cyber PR* di Prokopim Kabupaten Bandung. Hasil observasi dapat dilihat di bagian pembahasan BAB III.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data menggunakan dokumen untuk mencari data hal-hal atau berupa catatan, transkrip, buku, notulen rapat, dan lain sebagainya. Ardianto (2010:185) teknik pengumpulan data dokumentasi diperoleh melalui sumber dokumen dan bahan statis, seperti dokumen harian, tulisan pribadi surat-surat dan sebagainya. Teknik ini sangat berguna Membantu penulis untuk memperoleh pengetahuan yang terkait erat dengan objek yang akan diteliti.

Penelitian yang peneliti laksanakan dengan teknik pengumpulan data dokumentasi dengan meminta data report sosial media dan *content plant* Prokopim Setda Kabupaten Bandung kepada pihak yang membuat data-data

tersebut. Hasil dokumentasi yang diperoleh peneliti dapat dilihat di bagian pembahasan BAB III.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data adalah konsep yang sangat penting dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Anggito & Setiawan (2018:232) triangulasi didefinisikan oleh K. Denzi sebagai gabungan dari berbagai metode yang digunakan pada penelitian dalam mengkaji fenomena yang saling berkaitan dari beragam sudut pandang dan perspektif. Triangulasi dan teori berfungsi sebagai interpretasi yang berlawanan, selain itu, triangulasi dengan sumber sebagai perbandingan dengan sumber diperoleh dari hasil penelitian dari sumber data lain. Penelitian ini menggunakan sumber triangulasi dengan melakukan beberapa langkah diantaranya:

- a. Melakukan banding antara hasil wawancara dengan pengamatan
- b. Melaksanakan banding apa yang disampaikan secara pribadi dan apa yang disampaikan di depan umum
- c. Membandingkan apa yang terjadi ketika melaksanakan penelitian dan yang sedang berlangsung
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan data-data dokumentasi yang ada

Peneliti melaksanakan proses triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi yang telah diamati, dan membandingkan hasil wawancara dengan hasil dokumentasi dari data yang diberikan mengenai objek yang diteliti. Perbandingan ini bertujuan untuk memvalidasi data yang didapat baik

pada saat wawancara dengan informan, pada saat observasi dan mengumpulkan data dokumentasi merupakan data yang sebenarnya.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses memilah urutan data, Atur mereka dalam sebuah pola dan klasifikasikan dalam unit deskripsi dasar. Sugiyono (2017:335) analisis data merupakan proses dalam penelitian yang melakukan pencarian atau penyusunan secara teratur dari data-data yang diperoleh dari lapangan baik dari hasil wawancara maupun data lainnya.

Proses analisis data memiliki beberapa proses, menurut Miles & Huberman dalam Umrati & Wijaya (2020:89) tertulis bahwa proses analisis data kualitatif dapat dibagi menjadi tiga langkah, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu proses seleksi dan sentralisasi Perhatikan penyederhanaan, abstraksi, dan informasi data asli Didapatkan di lapangan penelitian. Wijaya & Helaluddin (2019:123) reduksi data adalah membuat rangkuman, memilih tema yang akan digambarkan, membuat kategori-kategori tertentu sehingga memiliki makna.

Peneliti menerapkan metode reduksi data dengan tahapan berikut. Pertama, peneliti mentranskrip atau meringkas hasil wawancara dengan informan. Kedua, peneliti memisahkan setiap pembahasan dari hasil wawancara dengan informan. Ketiga, penulis melakukan penelusuran dari pembahasan yang didapat. Keempat peneliti membuat poin-poin bahasan dari hasil wawancara, observasi dan didukung dokumentasi.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yaitu deskripsi kumpulan informasi dari informasi terstruktur (*structured*) hal ini mengarah pada kesimpulan dan mengambil tindakan. Umrati & Wijaya (2020:89) penyajian data dalam metode kualitatif dilakukan dalam uraian yang singkat atau membuat bagan, representasi data kualitatif yang umum digunakan Itu adalah bentuk teks naratif.

Penulis menerapkan data yang dihasilkan dalam tulisan berbentuk naratif dari hasil catatan penelitian di lapangan, dan pembuatan bagan agar memudahkan pembaca dalam memahami apa yang ditulis peneliti. Hasil dari penyajian data dapat dilihat di bagian hasil penelitian BAB III.

3. Penarikan Kesimpulan Dan Verifikasi Data (*Conclusion Drawing And Verification*)

Verifikasi data adalah penarikan kesimpulan dari awal pengumpulan data, mencari makna dari setiap hal yang diperoleh peneliti di lapangan dari mulai kegiatan reduksi data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan. Umrati & Wijaya (2020:89) kesimpulan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif maupun hipotesa atau teori.

Peneliti menerapkan verifikasi data atau kesimpulan data dengan mengamati apa yang ada di lapangan sejak awal yang diperkuat dengan bukti-bukti yang ada. Data-data yang ada diuji kebenarannya dengan dicocokkan dengan pendukung data lainnya. Terakhir setelah mencocokkan data-data dan analisis dilakukan dapat diambil kesimpulan berpegang pada pedoman kajian penelitian. Penarikan kesimpulan dapat dilihat pada bagian simpulan BAB IV.

