

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini informasi sudah merambah ke ranah digital yang telah mengubah cara berkomunikasi antara individu dan individu, kelompok dan kelompok, bahkan lembaga organisasi dengan publik eksternal. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh dan menguntungkan bagi banyak pihak, salah satunya profesi *Public Relations* yang menggunakan internet sebagai penyebaran informasi yang sangat cepat. Cutlip, Center, dan Broom (2006:287) mengatakan bahwa revolusi komunikasi saat ini yang dipengaruhi oleh internet merupakan revolusi yang sangat mendalam dan luas. Bagi profesi *Public Relations* internet dapat dijadikan pemanfaatan yang berdampak positif dalam membangun hubungan baik dengan publik dimana adanya pengelolaan dan penyebaran informasi suatu lembaga organisasi, serta pemanfaatan teknologi internet dalam aktivitas *public relations* disebut juga dengan Humas Digital (*Cyber Public Relations*).

Platform digital yang harus dikelola dan diperhatikan oleh profesi *Public Relations* dalam menjalankan *cyber public relations*, yakni media sosial. Hasil riset Wright&Hinson (2015) mengungkapkan bahwa adanya media sosial sudah menduduki posisi kedua tertinggi di dunia, yakni sejumlah 87,13 persen. Hal itu tentu menjadikan potensi yang besar bagi profesi *Public Relations* untuk mengelola informasi dan membangun relasi serta interaksi dengan publiknya dengan cara yang mudah dan tepat sasaran.

Cyber Public Relations dalam implementasinya harus memperhatikan aspek-aspek penyebaran informasi kepada khalayak umum sebagaimana Cutlip, Center, dan Broom (2006:408) mengungkapkan bahwa terdapat 7C aspek, yakni *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (isi), *clarity* (kejelasan), *continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), *channel* (saluran), *capability of the audience* (kemampuan khalayak). Sesuai instruksi Presiden Nomor 9 tahun 2015 bahwasannya pengelolaan komunikasi publik, lembaga pemerintah telah menggunakan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi.

Salah satu platform media sosial yang banyak digandrungi oleh publik dan sangat berkembang pesat saat ini adalah *podcast*. *Podcast* adalah suatu materi yang berasal dari audio atau video yang sudah tersedia di beberapa platform digital seperti *spotify*, *noice*, dan untuk yang bersifat audio dan video publik dapat mengaksesnya di platform media sosial *youtube*. Survei yang dilakukan oleh DailySocial dan Jakpat Mobile Survey Platform bahwa 65,00 persen masyarakat di berbagai dunia tertarik pada konten *podcast*.

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat memiliki bidang Humas yang terdapat tim khusus dalam penyebaran Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) yang bertujuan untuk mengubah paradigma masyarakat terhadap kinerja dan program-program lembaga pemerintah menjadi positif, transparansi, dan solutif. Sekaligus mendukung keterbukaan informasi yang ditandai dengan lahirnya Undang-Undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Bidang Humas Diskominfo Jabar ini mempunyai program *Podcast Juara*, yakni program khusus yang membahas topik perihal kebutuhan informasi masyarakat, kebijakan publik, sosialisasi program - program baru, dan program yang sedang dijalankan setiap divisi kedinasan di Jawa Barat yang nantinya di *publish* di platform Youtube Jabarprov TV, saat ini akun youtube Jabarprov TV memiliki *subscriber* sebanyak 7,8 ribu.

Berdasarkan hasil pra-penelitian dengan staff Humas bidang IKP Diskominfo Jawa Barat, Kak Yudhi Raven mengatakan bahwa :

“Program *Podcast Juara* (Jabarprov Bersuara) ini memang bertujuan sebagai media penyebaran informasi dan pelayanan yang dikemas secara inovatif mengenai topik-topik yang sudah pasti masyarakat butuhkan, juga salah satu inovasi dan arahan dari Gubernur Jawa Barat” (Observasi awal pada tanggal 25 Mei 2022).

Dapat dilihat dari program ini saat ini *Cyber Public Relations* sudah banyak diimplementasikan di berbagai organisasi publik, lembaga pemerintah, dan lembaga lainnya. Selain daripada itu sudah mulai dilakukan oleh para pejabat publik ataupun aktor politik. Contohnya saja seperti Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil yang seringkali mengunggah aktivitas politiknya bahkan aktivitas pribadinya di media sosial guna menunjukkan bahwa pejabat publik pun berusaha mengadaptasi pengelolaan hubungan dengan publik.

Data pra penelitian yang peneliti dapatkan dari Pranata Humas Ahli Pertama Diskominfo Jawa Barat, Bapak Aji Permana mengatakan :

“Proses syuting yang kami lalui bersama tim Humas bidang IKP sangat banyak pelajaran yang dapat di ambil dari berbagai

narasumber, tak hanya di youtube saja, namun promosi *podcast* Juara dilakukan di berbagai platform media sosial Diskominfo Jawa Barat. *Subscriber* Youtube Jabarprov TV sudah mencapai 4,6 ribu dan ratusan tayangan ditonton oleh masyarakat.”

Podcast Juara ini adalah konten yang berisi untuk membahas atau mengulas program-program pemerintah Jawa Barat seperti, JAPRI (Jabar Punya Informasi), BUBOS (Buka Bersama *On The Street*), Program-program Dinas Pemberdayaan, Perempuan, Perlindungan Anak, dan Keluarga Berencana (DP3AKB) salah satunya program Sekoper Cinta atau kepanjangan dari Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-Cita gagasan program ini dijadikan penelitian untuk gelar Doktor dari Ibu Gubernur Jawa Barat yakni Bu Atalia Praratya yang selama kurang lebih 4 tahun berkelana menjalankan program ini dengan sangat amat tekun untuk mengurangi angka perceraian serta kasus KDRT di Jawa Barat, selain itu program ini mampu memperbadayakan perempuan-perempuan di Jawa Barat. Hal ini diceritakan langsung oleh Bu Atalia di *podcast* Juara. Serta masih banyak informasi-indormasi lainnya.

Host atau *podcaster* dalam *podcast* Juara ini diantaranya adalah Kak Afran Nino, Kak Trizqia Firdaus, dan Kak Yudhi Raven sekaligus penanggung jawab program *Podcast* Juara dan *content creator* Humas Diskominfo Jawa Barat.

Peneliti tertarik pada penelitian ini karena pada program *Podcast* Juara sangat banyak informasi yang peneliti dapatkan, *podcast* ini mempunyai ciri khas yang sangat inovatif serta informatif sehingga masyarakat dapat

memahami informasi yang disampaikan, serta banyak melakukan kolaborasi dengan dinas-dinas, lembaga, dan tokoh-tokoh penting di Jawa Barat khususnya serta menyajikan konten bersifat audio visual, membantu masyarakat mempermudah mendapatkan informasi dengan cepat.

1.2 Fokus Penelitian

Peneliti membuat batasan masalah dari penelitian ini, yaitu berfokus pada “Aktivitas *Cyber Public Relations* dalam Penyebaran Informasi Melalui *Podcast Juara*” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Tahap *Share* (Membagikan) Informasi pada Aktivitas *Cyber Public Relations* Melalui *Podcast Juara* ?
2. Bagaimana Tahap *Optimize* (Mengoptimalkan) Pesan pada Aktivitas *Cyber Public Relations* dalam Penyebaran Informasi Melalui *Podcast Juara* ?
3. Bagaimana Tahap *Manage* (Mengelola) Informasi pada Aktivitas *Cyber Public Relations* Melalui *Podcast Juara* ?
4. Bagaimana Tahap *Engage* (Mengikutsertakan) Publik pada Aktivitas *Cyber Public Relations* dalam Penyebaran Informasi Melalui *Podcast Juara* ?

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 *share* (membagikan) informasi yang dilakukan humas Diskominfo Jabar pada aktivitas *cyber public relations* melalui *Podcast Juara*.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih dalam tahap *optimize* (mengoptimalkan) pesan yang dilakukan humas Diskominfo Jabar pada aktivitas *Cyber Public Relations* dalam penyebaran informasi melalui *Podcast Juara*.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih dalam tahap *manage* (mengelola) informasi yang dilakukan humas Diskominfo Jabar pada aktivitas *cyber public relations* melalui *Podcast Juara*.
4. Untuk Mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih dalam tahap *engage* (mengikutsertakan) publik yang dilakukan humas Diskominfo Jabar pada aktivitas *cyber public relations* dalam penyebaran informasi melalui *Podcast Juara*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan kebermanfaatan bagi perkembangan ilmu komunikasi pada umumnya dan juga ilmu kehumasan khususnya mengenai *Cyber Public Relations*. Peneliti berharap dalam dijadikan *literature* pelengkap studi dengan tema yang sama, juga yang peneliti harapkan pembaca mengetahui Aktivitas *Cyber Public*

Relations di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat khususnya dalam sajian informasi melalui *Podcast* Juara (Jabarprov Bersuara).

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktisnya diharapkan sebagai bahan masukan bagi Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat khususnya bidang IKP (Informasi dan Komunikasi Publik) yang berkaitan dengan penyebaran informasi sebagai bentuk Aktivitas *Cyber Public Relations* khususnya dalam ranah *Podcast* Juara (Jabarprov Bersuara).

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Sebuah penelitian dapat menggunakan studi kajian literatur penelitian sebelumnya guna mendapatkan sebuah referensi, gambaran yang relevan, serta menambah kajian pustaka dari penelitian yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil temuan peneliti, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya.

Pertama, Penelitian yang berbentuk jurnal oleh Chitra Bella dan Roswita Oktavianti dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara pada tahun 2019 dengan judul Strategi *Digital Public Relations* Pegiat *Podcast* dalam Membangun *Brand Engagement* : Studi Kasus dalam *Podcast* Duo Budjang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *digital public relations* pegiat *podcast* dalam membangun *brand*

engagement, penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah melakukan promosi di media sosial lebih efektif serta efisien ketimbang di website terkhusus bagi generasi milenial yang sangat aktif menggunakan *Instagram*.

Kedua, Penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Amri Dunan dari Puslitbang Aptika dan IKP pada tahun 2020 yang berjudul Komunikasi Pemerintah di Era Digital : Hubungan Masyarakat dan Demokrasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melalui wawancara semiterstruktur atas informasi yang berada di lingkungan Ditjen IKP Kementerian Kominfo serta menggunakan analisis data model Miles & Huberman. Hasil yang diperoleh adalah membuktikan bahwa interaksi antara pemerintah dan publik dapat ditingkatkan melalui media sosial.

Ketiga, Penelitian ini berupa skripsi yang disusun oleh Meitsara Sakinah dari Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah pada tahun 2018 yang berjudul Pengelolaan *Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Citra : Studi Kasus pada Website Polda Jabar. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan konsep *four steps PR* dengan tujuan mengetahui lebih dalam mengenai peningkatan citra Humas Polda Jabar. Hasil yang diperoleh adalah pengelolaan *Cyber PR* dalam meningkatkan citra Polda Jabar menggunakan empat tahapan yang berupa pendefinisian masalah, perencanaan, pelaksanaan dan pengkomunikasian, dan evaluasi. Keempat tahap tersebut menentukan hasil pengelolaan dalam tujuan meningkatkan citra dari instansi terkait.

Keempat, Penelitian berupa skripsi yang dilakukan oleh Tasya Rizkia Hanifah dari Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tahun 2021 dengan judul Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @BiroSDMPoldaJabar Sebagai Upaya *Employer Branding* Polda Jabar. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan menggunakan konsep *The Circular Model of Some for Social Communications* untuk mengetahui lebih dalam mengenai pengelolaan Instagram Polda Jabar. Hasil dari penelitian ini adalah pengelolaan akun media sosial *Instagram* yang dilakukan Polda Jabar sudah sesuai dengan konsep *The Circular Model of Some for Social Communication*.

Kelima, Penelitian yang berupa skripsi oleh Kevin Liande pada tahun 2021 dari Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul Strategi *Cyber Public Relations* Melalui Website Resmi [www. trustmepr.com](http://www.trustmepr.com). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyajian informasi yang dilakukan penyajian informasi yang dilakukan *Cyber Public Relations* Trustme PR menggunakan Studi Kasus Pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan konsep *The Circular Model of Some for Social Communications*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah yang dilakukan oleh CV. Trustmepr Consultant menggunakan strategi *cyber public relations* melalui *website* dengan konsep media *online* yang efektif.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa perbedaan dan keunikan yang dimiliki

penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni penelitian ini akan berfokus pada aktivitas *cyber PR* yang bertujuan sebagai transparansi Pemprov Jabar dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat terkhusus masyarakat Jawa Barat dengan media *Podcast* Jabar Juara (Jabarprov Bersuara), dan pada objek penelitian yang belum dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu mengenai penyebaran informasi di *Podcast*.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Metode	Relevansi
1.	Citra Bella, Roswita Oktaviani (2019) Vol. 3 No.2 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara	Strategi Digital <i>Public Relations</i> Pegiat <i>Podcast</i> dalam Membangun Brand Engagement	Studi Kasus	Penelitian ini sama-sama mengambil objek penelitian berupa <i>podcast</i> dan membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan digital atau <i>cyber public relations</i> .
2.	Amri Dunan (2020) Vol. 5 No.1 Jurnal Pekommas	Komunikasi Pemerintah di Era Digital : Hubungan Masyarakat dan Demokrasi	Studi Pendekatan Kualitatif	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan peneliti yakni mengidentifikasi interaktivitas antara lembaga pemerintah dan publik melalui media sosial.
3.	Meitsara Sakinah (2018) UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Pengelolaan <i>Cyber Public Relations</i> dalam Meningkatkan Citra	Studi Kasus Website Polda Jabar	Pada penelitian ini berfokus pada peningkatan citra, sedangkan peneliti berfokus pada penyebaran informasi

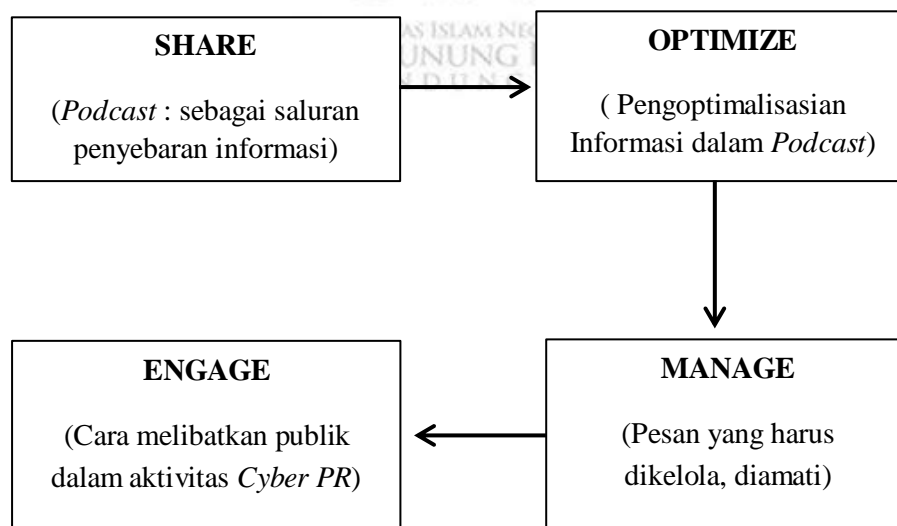
				yang dilakukan Diskominfo Jabar
4.	Tasya Rizkia Hanifah (2021) UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @BiroSDMPoldaJabar Sebagai Upaya <i>Employer Branding</i> Polda Jabar	Analisis Deskriptif Kualitatif	Kesamaan yang terdapat pada penelitian ini yakni terletak pada konsep yang mana menggunakan <i>The Circular Model of Some for Social Communications</i> , namun berbeda pada letak objek penelitian yang mana peneliti berfokus pada <i>podcast</i> Juara dan peneliti terdahulu berfokus pada instagram Polda Jabar
5.	Kevin Liande (2021) UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Strategi <i>Cyber Public Relations</i> Melalui Website Resmi www.trustmepr.com	Studi Kasus Pendekatan Kualitatif Deskriptif	Penelitian terdahulu menitik fokuskan pada strategi <i>cyber PR</i> yang dilakukan oleh TrustmePR, pengidentifikasian mendalam mengenai pesan atau informasi yang disampaikan objek penelitian tersebut, sedangkan pada penelitian yang akan datang menggunakan studi deskriptif kualitatif melalui <i>podcast</i> .

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

1.5.2 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan model untuk dapat memahami relevansi dengan konteks penelitian yang diteliti juga untuk memahami relevansi dengan fenomena yang diteliti. Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Circular Model of SoMe for Social Communication*. (Luttrell, 2015) mengatakan bahwa Model ini berdasar pada sebuah pemikiran dari Cluetrain Manifesto and Grunig's *two way symmetrical model of communication*.

Kaitannya dengan penelitian ini bahwa model ini mengatakan bahwa keempat poin (*share, optimize, manage, engage*) tersebut akan menjelaskan rangkaian-rangkain yang terdapat dalam pertanyaan dan fokus penelitian yang peneliti buat, perlu dibuktikan untuk mendukung kejelasan teori dan penelitian ini akan digambarkan dalam bentuk tabel.



Gambar 1.1 Relevansi Model dengan Penelitian

(Sumber : Regina Luttrell, 2015)

1.5.3 Landasan Konseptual

1.5.3.1 *Cyber Public Relations*

Public Relations sebagai fungsi manajemen di semua organisasi maupun lembaga dan harus memperhatikan hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara lembaga dengan publik sebagai bentuk moral dan etika seorang *public relations*.

Public Relations juga berfungsi untuk menyelaraskan kebijakan publik yang saat ini dipermudah oleh berkembangnya inovasi teknologi komunikasi yang mempengaruhi seorang *public relations*, sebab seorang *public relation* harus terbiasa atau beradaptasi serta mampu terus *up to date* atas apa yang terjadi di lapangan. Momen ini menimbulkan istilah baru dalam profesi *public relations* yakni *Cyber Public Relations* dan *Digital Public Relations* atau *Online Public Relations*.

Cyber public relations adalah aktivitas seorang praktisi humas yang dimana kinerjanya lebih berfokus pada peran humas didalam *cyber* (sosial media) seperti publikasi di instagram, penyebaran informasi di akun youtube instansi terkait, sedangkan *Digital public relations* adalah satu ilmu dalam profesi kehumasan dalam bentuk pengimplementasian dari tugas serta fungsi seorang humas dalam membangun *brand image*. Menurut Onggo (2004:1) mengatakan bahwa digital PR salah satu inisiatif yang mendorong seorang praktisi humas menggunakan internet sebagai media publikasinya.

Berdasarkan penuturan di atas bahwa *Cyber PR* aktivitas yang berfokus dilakukan di sosial media dalam membangun kepercayaan serta menunjukkan transparansi suatu lembaga kepada khalayak umum dengan proses informasi dan komunikasi yang lebih efektif dan *real time*, era 4.0 saat ini seorang praktisi humas sudah harus meningkatkan skill komunikasi dan aktivitas kehumasan secara *online*.

Seperti yang diungkapkan Onggo (2004:8) aktivitas *cyber public relations* mampu melahirkan yang disebut 3R bagi lembaga :

1. *Relations*, yaitu mampu berdialog dengan berbagai sasaran khalayak umum guna membangun citra yang baik bagi lembaga;
2. *Reputasi*, yaitu hal yang paling utama dalam bisnis, *cyber public relations* adalah seni melahirkan reputasi berkesinambungan; dan
3. *Relevansi*, yaitu berusaha menginisiasi aktivitas *public relations* secara *online* namun tetap terdapat relevansi antara publik dengan lembaga.

1.5.3.2 Penyebaran Informasi

Pemerintah mengesahkan Undang-Undang No. 14 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) pada tahun 2008, untuk melindungi hak atas informasi bagi masyarakat Indonesia serta membawa konsekuensi atas peraturan-peraturan hukum tersebut. Bagian dari fungsi seorang humas yakni menyebarkan dan mengelola sebuah pesan atau informasi kepada publik dengan memperhatikan kualitas informasi atas sebuah kebijakan dari

para pengambil kebijakan, dalam penyebarannya pun seorang humas tidak sembarangan dan senantiasa memperhatikan kode etik profesi humas.

John Tondowijoyo (2004:9) mengatakan bahwa peran humas dalam sebuah lembaga organisasi merupakan bagian vital yang enggan dipisahkan dari suatu lembaga, humas terikat langsung dengan fungsi *top management*. Kegiatan ini mempunyai tujuan secara efektif dan efisien, menurut Frank Jefkins seorang humas adalah *ability to communicate* (kemampuan berkomunikasi), *ability to organize* (kemampuan berorganisasi), *ability to get on with people* (kemampuan untuk bersosialisasi dengan orang-orang), *personality integrity and imagination* (mempunyai integritas pribadi dan imajinasi).

1.5.3.3 Podcast

Podcast pertama kali diusung oleh seorang jurnalis The Guardian, Ben Hammersley pada tahun 2004, *podcast* atau kepanjangan dari *play on demand and broadcasting* yang akhirnya diambil oleh salah satu produk *Apple* yakni iPod hingga sukses sampai saat ini. *Podcast* sendiri saat ini bisa berupa audio dan audio visual dengan bertujuan memberikan suatu informasi ataupun sebuah *intertainment* yang dikemas dengan menarik dan mudah dimengerti oleh khalayak.

Philips (2017:159) mengatakan bahwa *podcast* adalah salah satu media berupa video atau audio file yang dapat dibagikan di suatu digital platform secara berkala, contoh digital platform yang digunakan untuk

mempublikasikan *podcast* yakni ; spotify, noice, anchor, soundcloud, dll. *Podcast* saat ini sudah dapat dijangkau oleh beberapa jutaan orang di dunia, selain medianya yang mudah untuk didapatkan *podcast* pun dapat dinikmati ketika kita sedang melakukan aktivitas lain karena *podcast* tinggal kita dengarkan ketika kita melakukan aktivitas yang lain.

Berbicara mengenai efektivitas, *podcast* adalah salah satu media baru yang unggul dengan teknologi digital dalam keefektivitasan dalam menyampaikan pesan dan informasi secara cepat dan menyebabkan interaksi menjadi cepat dan mudah, dengan bermodalkan *gadget* dan jaringan internet.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Jl. Tamansari No. 55, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti memilih Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat sebagai lokasi penelitian karena tertarik dengan program *podcast* Juara sebagai aktivitas penyebaran dan pengelolaan informasi yang dilakukan oleh *cyber public relations* Diskominfo Jabar kepada masyarakat khususnya masyarakat Jawa Barat.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin memperoleh pengembangan serta pemahaman yang menunjang proses interpretasi suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi pada penelitian ini.

Paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini sebab digunakan untuk meneliti lebih dalam serta meningkatkan pemahaman tentang bagaimana penyebaran informasi sedan pengelolaan pesan yang terdapat dalam *podcast* Juara milik Diskominfo Jawa Barat.

Dapat dilihat dari keterangan di atas bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang dapat melahirkan penjelasan tentang suatu realitas dengan lebih detail.

1.6.3 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode deksriptif kualitatif karena pada penelitian ini diperuntukan untuk memberikan gambaran pada objek yang diteliti berdasarkan realita di lapangan yang juga digunakan untuk pengumpulan data, menganalisi sebuah data, metode ini dipilih karena peneliti tidak akan mencari sebab akibat maupun menguji hipotesis. Sugiyono (2012:3) mengungkapkan metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan sumber data terdalam. Metode yang menggambarkan suatu kejadian objektif atau berdasarkan realitas yang ada, yang nantinya diikuti dengan upaya pengambilan kesimpulan.

Djam'an Satori (2011:23) mengatakan bahwasannya sebuah penelitian kualitatif dipilih karena peneliti ingin menggali fenomena-fenomena yang dapat di deskripsikan seperti proses langkah kerja, tata cara suatu budaya, penyampaian pesan dan lain sebagainya. Perlu diketahui oleh peneliti mengenai bagaimana sebuah informasi diolah dan dikelola sedemikian rupa agar mengedukasi dan menginformasikan kepada masyarakat umum atas berita atau pesan yang ada.

Penjabaran di atas menyimpulkan bahwa peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena fokus pada tujuan penelitian yang akan dilakukan yakni dengan cara observasi, mengumpulkan data, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian yang nantinya dideskripsikan pada fenomena yang diteliti, fenomena tersebut adalah aktivitas *cyber public relations* dalam penyebaran informasi melalui *podcast* Juara (Jabarprov Bersuara), pada penelitian ini akan menyajikan beberapa informasi terkait program-program pemprov Jabar mengenai transparansinya kepada masyarakat Jawa Barat melalui *podcast* Juara (Jabarprov Bersuara).

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Peneliti menggunakan jenis data kualitatif yang merupakan data campuran yang menjadi narasi atau bersifat deskriptif dalam bentuk wawancara yang ditranskrip, observasi, analisis berkas yang terkait dengan *podcast* Juara (Jabarpov Bersuara) berupa dokumentasi gambar, foto, footage video cuplikan *podcast*, dan lain-lain.

1.6.4.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data mengenai aktivitas *cyber public relations* dalam penyebaran informasi melalui *podcast* Juara yaitu :

1. Sumber data primer

Sumber data ini peneliti dapatkan dari sumber konkrit di lapangan objek penelitian yang peneliti pilih yakni Humas Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat yang serta merta dalam penyebaran informasi melalui salah satu program yang dinamai *podcast* Juara (Jabarprov Bersuara).

2. Sumber data sekunder

Data sekunder ini diperoleh dari pihak selain Humas Bidang IKP Diskominfo Jawa Barat dalam penyebaran informasi seperti beberapa literatur dan sumber resmi seperti buku ilmu komunikasi kehumasan, skripsi, jurnal penelitian yang senantiasa relevan dengan penelitian.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Peneliti membutuhkan penentuan informan yang memiliki kapabilitas yang menjadi fokus pada penelitian ini agar peneliti dapat memahami lebih dalam mengenai informasi yang digali dan yang akan di dapatkan dari informan mengenai topik pembahasan penelitian.

Menurut (Creswell, 2012:214) menuturkan bahwa pemilihan informan yang ditentukan oleh peneliti dengan memilih seseorang yang akan

menunjukkan dan mempermudah peneliti dalam memahami objek penelitian, peneliti memilih informan yang memiliki kapabilitas dalam pengaktualisasian mengenai objek yang diteliti, yang dalam hal ini pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pembentukan dan produksi *Podcast Juara*.

Adapun syarat yang peneliti telah tentukan bagi informan yaitu berdasarkan pada posisi apa yang diduduki oleh informan saat ini. Syarat penentu informan pada penelitian ini yaitu staff Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat yang berkontribusi langsung pada objek penelitian yakni *podcast Juara* (Jabarprov Bersuara), juga pengelola konten atau salah satu Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) terkhusus yang ditunjuk untuk memproduksi secara langsung *podcast Juara*. Adapun posisi dari staff Bidang IKP adalah Yudhi Rahmadi, S.S.,M.I.Kom sebagai *Content Strategy* dalam menginisiasi program *podcast Juara*, selanjutnya ada staff yang bertugas sebagai Analisis Media yakni Fauziah Ismi Desiana, S.I.Kom. serta Kepala Seksi Pengolahan dan Penyedia Informasi adalah Viky Edya Martina Supaat, S.Sos.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Wawancara Mendalam

Peneliti dalam pengumpulan data memilih salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan yaitu wawancara, teknik ini bertujuan dan berfungsi untuk memastikan atau mengkonfirmasi atas

informasi yang telah diketahui oleh peneliti. Sugiyono (2012:138) mengatakan bahwa wawancara mendalam ini merupakan langkah untuk memperoleh data yang nyata, pasti, dan terperinci.

Pada penelitian ini tahap pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam yang tetap berpegang pada sasaran dan fokus penelitian yang telah disiapkan sebelumnya.

1.6.6.2 Observasi

Teknik pengumpulan data yang biasa disebut pengamatan yaitu teknik observasi, cara mengamati fenomena dan kejadian di lapangan. Sugiyono (2012:145) mengatakan bahwasannya observasi adalah teknik yang berkaitan dengan sikap, perilaku, kinerja, dan gejala alam yang terjadi secara nyata.

Teknik ini diharapkan dapat melihat proses secara keseluruhan terkait aktivitas *cyber public relations* melalui media *podcast* dalam penyebaran informasinya. Dalam teknik ini peneliti menjaga sifat kooperatif agar informan merasa nyaman dan tidak terganggu atas hal-hal yang menyangkut privasi lembaga.

1.6.6.3 Dokumentasi

Teknik ini dipilih oleh peneliti sebagai langkah terakhir. Sugiyono (2015:329) mengatakan bahwa dokumentasi adalah cara memperoleh data yang dapat berbentuk, gambar, tulisan, angka yang menunjukkan keterangan

sebuah penelitian. Dokumentasi yang digunakan pada teknik ini adalah pengambilan gambar saat produksi *podcast* bersama narasumber terkait dan profil perusahaan guna berulang kali mendapatkan data yang valid.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Tahap analisis data yang sangat penting dilakukan dan paling menentukan suatu penelitian. Data yang telah didapatkan kemudian di analisis yang bertujuan untuk menyederhanakan sebuah data ke dalam bentuk yang mudah diinterpretasikan dan juga ditujukan agar dapat dipakai untuk menjawab fokus penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini metode penelitian kualitatif yang berasal dari pemikiran oleh Miles dan Huberman (2014:92) diantaranya :

1. Tahap Pengumpulan Data

Yakni proses memasuki suatu lingkungan penelitian itu dapat disebut pengumpulan data, karena pengumpulan data penelitian itu terdapat tahapan-tahapan.

2. Reduksi Data

Untuk mencapai proses pemilihan dan memfokuskan perhatian untuk mensederhanakan pengabstarakan dan transformasi dinamakan tahap reduksi, karena tahap reduksi merupakan data kasar yang muncul atau catatan yang dihimpun oleh peneliti di lapangan.

3. Penyajian Data

Dalam memberikan informasi perlu adanya kesimpulan dari apa yang telah diteliti serta perlu adanya tindakan pengambilan data, oleh karenanya itu disebut penyajian data.

4. Penarikan Kesimpulan

Untuk menghimpun data perlu adanya makna yang diprediksi dengan adanya sebab dan akibat oleh hukum empiris, karena untuk menarik kesimpulan diakhir perlu adanya langkah-langkah tersebut.

1.6.8 Teknik Keabsahan Data

Suatu teknik untuk mencapai yang dinamakan keabsahan data perlu adanya penentuan keabsahan data. Sugiyono (2015:92) dalam teknik penentuan keabsahan data adanya data yang diperoleh atas kebenaran. Untuk mendeskripsikan dan mengklasifikasikan pendapat atau informasi peneliti perlu melakukan triangulasi sumber supaya informasi yang diterima oleh informan kepada peneliti jelas dan di dalam penelitian yang lebih spesifik maka perlu adanya keselarasan hasil informasi yang di informasikan oleh informan.