

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Diskominfo Kabupaten Bogor berperan sebagai administrator informasi publik, mewakili pemerintah daerah. Kabupaten Bogor sebagai salah satu daerah tingkat provinsi Jawa Barat memiliki beberapa media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi publik. Adapun media sosial tersebut ialah Instagram, website, Youtube, dan Twitter. Pemerintah Kabupaten Bogor menyebarluaskan kebijakan melalui laman media sosial maupun website sebab melihat media sosial digunakan oleh hampir seluruh kalangan masyarakat. Masyarakat mengakses jaringan internet dengan berbagai kepentingan, seperti guru dan pelajar yang diharuskan beradaptasi dengan cara belajar. Bahkan instansi pemerintahan maupun non pemerintah turut terjun kedalam dunia digital agar semakin dekat dengan publiknya (Wawancara *online* pada 13 Juli 2022).

Penggunaan media sosial menjadi suatu aktivitas yang tidak bisa orang tinggalkan di era ini. Masyarakat menggunakan media sosial untuk mengakses informasi, bahkan membagikan kegiatan sehari-hari atau pekerjaan melalui unggahan di media sosial. Dikutip dari dataindonesia.id, *We Are Social* merupakan salah satu perusahaan media sosial asal Inggris melaporkan terdapat peningkatan pada pengguna media sosial di Indonesia sebesar 12,35%

dibanding tahun sebelumnya dengan 191 juta pengguna per Januari 2022. Data menunjukkan peningkatan telah terjadi dalam beberapa tahun terakhir.

Pemerintah Kabupaten Bogor memerlukan media sosial sebagai media yang dapat menyebarkan informasi secara cepat dan masif dengan penduduk kurang lebih 5,3 juta jiwa. Pemerintah Kabupaten Bogor menggunakan media sosial sebagai sarana diseminasi informasi publik. Berdasarkan wawancara pra penelitian dengan pihak Diskominfo Kabupaten Bogor bagian pelaksana sub koordinator komunikasi publik, Ibu Lucky Paramita Putri menyampaikan bahwa: “Kabupaten Bogor terdiri dari 40 Kecamatan, 19 Kelurahan, dan 416 desa, dengan jumlah penduduk kurang lebih 5,3 juta jiwa. Oleh karena itu, tentu perlu sarana penyebaran informasi dengan menggunakan media sosial. Media sosial juga dijadikan sebagai jembatan dalam penyampaian informasi kinerja pemerintah daerah serta dapat memperpendek jarak masyarakat dengan pemerintah.” (Wawancara *online* pada 13 Juli 2022).

Humas perusahaan atau organisasi memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi. Pemerintah Kabupaten Bogor sebagai salah satu pemerintahan tingkat kabupaten mulai aktif menggunakan media sosial Instagram sejak tahun 2016, dilihat dari unggahan pertamanya pada bulan Juli. Meskipun informasi yang dibagikan belum menarik perhatian publik namun pada tahun 2018 terlihat adanya peningkatan jumlah *likes* disalah satu postingan. Akun Instagram Pemerintah Kabupaten Bogor perlahan mulai mengalami perubahan dari unggahan gambar, *captions*, dan video sejak dilantiknya bupati baru ditahun yang sama (Observasi virtual pada 7 Juli 2022).

Berdasarkan data pra penelitian yang dikutip dari (detakmedia.com) pada 06 November 2021 lalu, Pemerintah Kabupaten Bogor berhasil meraih penghargaan Anugerah Media Humas (AHM) terbaik III kategori siaran pers (media *online*) Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Ditjen IKP) Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Menteri Kominfo RI, Johnny G Plate mengungkapkan bahwa pandemi Covid-19 memberikan tantangan kepada kerja Humas Pemerintah dalam menjalankan komunikasi publik. Menurutnya, Humas memiliki peranan penting untuk mendiseminasikan informasi kebijakan serta program-program pemerintah kepada masyarakat.

Data pra penelitian lainnya dikutip dari (bogorkab.go.id) pada 21 Desember 2021 lalu, Kabupaten Bogor berhasil meraih penghargaan terbaik ketiga kategori pengelolaan media sosial Kota/Kab Jawa Barat pada Humas Jabar Award tahun 2021. Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil menyampaikan bahwa untuk meningkatkan literasi digital ditengah masyarakat, Pemprov. Jawa Barat mengadakan festival literasi digital (VIRAL) dan memberikan penghargaan kepada pihak yang sudah bekerja keras menjadikan Jawa Barat menuju peradaban digital. Pencapaian Pemerintah Kabupaten Bogor tentu tidak lepas dari peran Humas dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik.

Sejak kemunculan virus Corona pada awal tahun 2020 di Indonesia menyebabkan segala aktivitas mengalami perubahan termasuk pola kerja yang dilakukan secara daring (*online*). Hadiyanto dalam Syefudin, dkk (2022:87)

Konsep *work from home*, tidak hanya diterapkan di lingkungan non-pemerintah namun juga disektor pemerintahan. Segala bentuk informasi disebarakan melalui ruang digital untuk mengurangi angka kasus terinfeksi yang semakin meningkat. Orang-orang melakukan aktivitas di rumah untuk menghindari kerumunan dan melindungi diri dari virus Covid-19. Pandemi ini mengakibatkan banyak orang lebih sering menemui gadget untuk mejalani aktivitasnya. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang semakin meningkat, mempengaruhi beberapa aktivitas pekerjaan termasuk aktivitas kehumasan.

Seorang pekerja bidang Humas harus mampu mengikuti perkembangan dan perubahan yang cepat dalam menjalankan tugas. Nugraha, dkk (2022) Di era keterbukaan informasi saat ini, aktivitas kehumasan dilingkup pemerintah ikut serta dalam menciptakan penyelenggaraan sistem pemerintahan yang transparan sebagai upaya menuju *good governance*. Informasi dan aspirasi publik ditampung dan dikelola oleh Humas sebagai bahan pertimbangan pimpinan dalam mengambil kebijakan bagi kepentingan publik.

Aktivitas Humas yang seringkali dilakukan secara konvensional perlahan mengalami pergeseran menuju ruang digital. Satira & Hidriani (2021:196) bahkan instansi pemerintah menggunakan media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook bahkan menggunakan aplikasi tiktok sebagai media komunikasi. Semakin beragam aplikasi yang ditawarkan maka Humas pemerintah dituntut memiliki kreatifitas dalam mengemas dan menyebarkan

informasi. Perubahan strategi Humas pemerintah dalam menyebarkan informasi publik dapat dilakukan melalui berbagai media.

Rimayanti, dkk (2021) Pemerintah daerah mengemas konten sesuai dengan media yang digunakan dalam menyebarkan informasi. Informasi berkaitan dengan kebijakan maupun SOPD (Satuan Organisasi Perangkat Daerah). Adapun bentuk-bentuk media digunakan dalam mengkomunikasikan informasi publik kepada masyarakat, diantaranya: (1). Media Elektronik, berupa Tv daerah atau radio daerah; (2). Media Cetak, bekerja sama dengan media percetakan berita atau koran; (3). Media Internet, seperti penggunaan website dan media sosial.

Pemerintah Kabupaten Bogor merupakan salah satu unsur penyelenggara pemerintahan ditingkat kabupaten yang turut memanfaatkan media sosial sebagai media diseminasi informasi publik. Media sosial yang digunakan salah satunya ialah Instagram. Peneliti melakukan pengamatan pada akun Instagram @kabupaten.bogor diketahui bahwa terdapat 3.802 postingan sampai pada tanggal 7 bulan Juli tahun 2022 terkait informasi kegiatan serta kebijakan Pemerintah Kabupaten Bogor yang dibagikan pada akun dengan jumlah 101 ribu pengikut tersebut (Observasi virtual pada 7 Juli 2022).

Praktisi Humas memanfaatkan media *online* sebagai media komunikasi dengan publik, guna membangun hubungan yang lebih baik. Mukarom & Laksana (2019:37) Media sosial sebagai pilihan alternatif bagi instansi pemerintah dalam menyebarkan informasi secara masif. Humas

menyampaikan informasi dengan bentuk yang beragam, seperti video, infografis, poster, dan lainnya.

Pemerintah Kabupaten Bogor semakin terbuka kepada publik terkait informasi kegiatan pemerintah daerah. Publik dapat menemukan informasi terkait kebijakan pemerintah daerah setempat dari berbagai media salah satunya Instagram. Diskominfo Kabupaten Bogor sebagai pengelola akun Instagram @kabupaten.bogor berhasil meraih penghargaan sebagai pengelola media sosial terbaik setingkat pemerintah Kota/Kab Jawa Barat. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana pengelolaan Digital *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Bogor pada akun Instagram @kabupaten.bogor.

## 1.2 Fokus Penelitian

Peneliti menentukan fokus penelitian sebagai pagar pembatas agar penelitian lebih terarah. Adapun berdasarkan latar belakang, peneliti memiliki fokus penelitian mengenai bagaimana proses Digital *Public Relations* dalam mengelola konten dan pesan pada Instagram @kabupaten.bogor oleh bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik Diskominfo Kabupaten Bogor sebagai media penyebaran informasi publik.

Peneliti mengajukan pertanyaan untuk memperjelas fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Digital *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola tahap *share* pada Instagram @kabupaten.bogor?

2. Bagaimana Digital *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola tahap *optimize* pada Instagram @kabupaten.bogor?
3. Bagaimana Digital *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola tahap *manage* pada Instagram @kabupaten.bogor?
4. Bagaimana Digital *Public Relations* Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola tahap *engage* pada Instagram @kabupaten.bogor?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti memiliki tujuan penelitian yakni untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana pengelolaan Digital *Public Relations* pada akun Instagram @kabupaten.bogor oleh bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik Diskominfo Kabupaten Bogor. Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengelolaan tahap *share* pada Instagram @kabupaten.bogor oleh Diskominfo Kabupaten Bogor.
2. Mengetahui pengelolaan tahap *optimze* pada Instagram @kabupaten.bogor oleh Diskominfo Kabupaten Bogor.
3. Mengetahui pengelolaan tahap *manage* pada Instagram @kabupaten.bogor oleh Diskominfo Kabupaten Bogor.
4. Mengetahui pengelolaan tahap *engage* pada Instagram @kabupaten.bogor oleh Diskominfo Kabupaten Bogor.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian dapat memberi sumbangan pengetahuan dan pengembangan terkait ilmu kehumasan khususnya bidang *Digital Public Relations* mengenai kegiatan pengelolaan dan penyebaran informasi publik melalui laman Instagram. Pihak yang berkepentingan atau penelitian berikutnya dengan objek maupun fokus penelitian serupa dapat dikembangkan. Peneliti lain diberikan kemudahan dari hasil penelitian sebagai sumber rujukan atau studi komparatif. Peneliti berharap hasil penelitian dapat digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai teori atau konsep yang berkaitan dengan pengelolaan Instagram sebagai media informasi.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi perkembangan dan pengelolaan sosial media Instagram dalam memaksimalkan fungsi *Digital Public Relations* Pemerintah Kabupaten Bogor dalam rangka penyebaran informasi publik dimasa mendatang. Peneliti berharap hasil penelitian dapat dijadikan inspirasi bagi kegiatan *Digital Public Relations* di ruang lingkup pemerintahan.

## 1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

*Pertama*, Yulida Tresna Garcia melakukan penelitian berjudul Pengelolaan Instagram Peace Generation Indonesia sebagai Media Informasi Penyebar Perdamaian. Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswi Jurusan Ilmu



Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2021. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivistik. Peneliti menganalisis, menggambarkan dan mendeskripsikan suatu komunikasi pada sebuah realita sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis.

Penelitian menghasilkan bahwa LSM Peace Generation Indonesia dikelola melalui beberapa tahap, diantaranya membagikan konten-konten, mengelola pesan, dan interaksi publik untuk menyebarkan berbagai informasi perdamaian. Persamaan penelitian yaitu menggunakan model manajemen sosial media dari Regina Luttrell, *The Circular Model of Some*. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan terletak pada lokasi yaitu di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor.

*Kedua*, penelitian berbentuk skripsi oleh Auliya Nurul Hanifa dari Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2021. Penelitian berjudul *Pengelolaan Digital Public Relations* Dispora Kota Bandung dalam menyampaikan informasi melalui Instagram @dispورا\_bdg. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif.

Penelitian yang merujuk pada konsep manajemen *Public Relations* Cutlip, Center dan Broom, menjelaskan bahwa pengelolaan yang dilakukan oleh Dispora Kota Bandung memiliki beberapa tahapan yang sesuai dengan konsep manajemen *Public Relations*. Hasilnya terlihat dengan adanya tahapan

dalam mengelola dan menyebarkan informasi melalui akun Instagram. Tahapan tersebut terdiri dari pengumpulan data, perencanaan, pengambilan tindakan dan evaluasi.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan mengenai bagaimana pengelolaan media sosial khususnya Instagram. Perbedaan penelitian terletak ada teori yang digunakan dan fokus penelitian. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan konsep manajemen media sosial *The Circular Model of Some* oleh Regina Luttrell.

*Ketiga*, penelitian berupa jurnal yang dilakukan oleh Arli Nursiwan dan Rini Rinawati dari Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung tahun 2022. Judul yang diambil ialah Pengelolaan Media Sosial Instagram Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Barat dalam Memenuhi Informasi Publik. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus mengenai pengelolaan media sosial Instagram @kemenkumhamjabar dalam memenuhi informasi publik.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa pemilihan media sosial instagram @kemenkumhamjabar sebagai media penyebaran informasi publik didasari oleh kepopuleran Instagram pada saat ini dengan jumlah pengguna Instagram yang banyak, serta banyak berkumpulnya kaum milenial di media sosial Instagram. Persamaan penelitian yaitu keduanya menggunakan teori *The Circular Model of Some* sebagai landasan pemikiran. Perbedaan penelitian yaitu metode yang digunakan serta lokasi penelitian.

*Keempat*, penelitian berbentuk jurnal ini dilakukan oleh Hafiz Maulana Sadiq, Agus Naryoso dan Much Yuliyanto dari Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro tahun 2022. Penelitian berjudul Peran Digital PR Diskominfo Kota Semarang Dalam Mendukung Komunikasi Publik Pada Penanganan Pandemi Covid-19. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode audit *public relations*. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana peran Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Semarang dalam membantu komunikasi publik pada penanganan pandemi Covid-19.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital *Public Relations* Diskominfo Kota Semarang menggunakan media digital seperti website, Instagram, Twitter dan Youtube sebagai media komunikasi publik terkait Covid-19. Diskominfo Kota Semarang merancang website khusus untuk membagikan informasi seputar Covid-19. Digital *Public Relations* juga berperan dalam melakukan publikasi, *event*, *news*, *community involvement*, dan inform kepada publik.

Persamaan penelitian yaitu meneliti tentang pengelolaan media online oleh Pemerintah Daerah. Perbedaan penelitian terdapat pada teori yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan *Cyber Public Relations*, Teori Pemrosesan Informasi, *Two way Symetrical*, Teori Pemrosesan Organisasi, dan *Two Step Flow Communication* sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan *The Circular Model of Some*. Metode penelitian yang digunakan juga memiliki perbedaan.

*Kelima*, penelitian yang dilakukan oleh Anindita Susilo dan Ahmad Fauzy dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta tahun 2021 berjudul *Manajemen Media Sosial Lintas Platform: Studi Kasus tentang Implementasi Cyber Public Relations Swasta Indonesia Stasiun TV dalam Membangun Keterlibatan Pemangku Kepentingan Eksternal*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik. Peneliti menganalisis, menggambarkan dan mendeskripsikan suatu komunikasi pada sebuah realita sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis.

Peneliti menggunakan konsep manajemen *Public Relations* dengan dikaitkan dengan konsep *Cyber Public Relations* dan *engagement* untuk mengetahui implementasi *Cyber Public Relations* oleh Metro TV sebagai perusahaan media dalam membangun *public engagement* di media sosial. Diketahui bahwa pelaksanaan *Cyber Public Relations* Metro TV merupakan hasil kerjasama antara divisi Humas dengan digital promotion. Keduanya memanfaatkan media sosial yaitu Instagram dan twitter sebagai media penyebaran informasi. Pengelolaan media sosial dilakukan melalui 3 (tiga) tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Persamaan penelitian keduanya meneliti tentang bagaimana peran *Public Relations online* dalam menggunakan media sosial sebagai media diseminasi informasi kepada publiknya. Perbedaan penelitian yang akan mendatang yaitu fokus penelitian dan teori yang digunakan. Penelitian berikutnya menggunakan

konsep pengelolaan media sosial *The Circular Model of Some* dari Regina Luttrell.

Tabel 1.1. Kajian Penelitian yang Relevan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Yulida Tresna Garcia UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2021)	Pengelolaan Instagram Peace Generation Indonesia sebagai Media Informasi Penyebar Perdamaian	Metode penelitian kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa proses pengelolaan informasi di Instagram dilalui dengan beberapa tahap, diantaranya <i>share</i> konten, <i>optimize</i> pesan, <i>manage</i> interaksi dan <i>engage</i> publik.	Penelitian ini menjelaskan tentang pengelolaan Instagram oleh LSM Peace Generation Bandung telah sesuai dengan model <i>The Circular Model of Some</i> oleh Regina Luttrell. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu lokasi penelitian.
2.	Auliya Nurul Hanifa UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2021)	Pengelolaan Digital <i>Public Relations</i> Dispora Kota Bandung dalam Menyampaikan Informasi melalui Instagram @dispورا_bdg	Metode kualitatif dengan studi deskriptif	Penelitian menunjukkan komunikasi melalui media sosial sangat efektif untuk menyebarkan informasi secara langsung dan cepat kepada publik. Media sosial dapat menjangkau publik lebih luas.	Penelitian ini memberikan gambaran tentang pemanfaatan Instagram dalam menyebarkan informasi. Perbedaan terletak pada teori yang digunakan yaitu manajemen <i>Public Relations</i> oleh

					Cutlip, Center dan Broom sedangkan peneliti menggunakan konsep manajemen media sosial yang dicetuskan oleh Regina Luttrell.
3.	Arli Nursiwan dan Rini Rinawati Universitas Islam Bandung Jurnal Bandung Conference Series: Communication Management Vol. 2 Nomor 1. (2022)	Pengelolaan Media Sosial Instagram Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Barat dalam Memenuhi Informasi Publik	Metode studi kasus	Penelitian ini menjelaskan bahwa pada tahap <i>share</i> , Divisi Humas Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Barat memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menjalani interaksi dengan publiknya. Pada tahap <i>optimized</i> , tim Humas mengoptimalkan dengan beberapa cara seperti pengecekan pesan masuk, <i>hashtag</i> , <i>tag</i> , dan kolom komentar. Namun pada dua tahap terakhir yaitu <i>manage</i> , <i>engage</i> dan riset masih belum maksimal.	Dalam penelitian ini, menjelaskan pengelolaan sosial media berdasarkan <i>The Circular Model of Some</i> oleh Regina Luttrell. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah lokasi yaitu Diskominfo Kabupaten Bogor. Metode yang digunakan juga memiliki perbedaan.
4.	Hafiz Maulana Sadiq, Agus Naryoso dan	Peran Digital PR Diskominfo Kota Semarang	Metode audit <i>public relations</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Penelitian ini terfokus pada

	Much Yuliyanto Jurnal Interaksi Online Vol. 10 No. 2 (2022).	Dalam Mendukung Komunikasi Publik Pada Penanganan Pandemi Covid-19		Pemerintah Kota Semarang memilih media sosial sebagai salah satu media publikasi berbasis digital. Diskominfo Kota Semarang menggunakan beberapa platform media digital sebagai sarana komunikasi publik saat pandemi Covid-19.	aktivitas <i>public relations online</i> dalam mendukung komunikasi publik pada penanganan pandemi Covid-19. Sementara penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pengelolaan sosial media oleh Digital <i>Public Relations</i> Diskominfo Kabupaten Bogor dengan metode deskriptif.
5.	Anindita Susilo dan Ahmad Fauzy Jurnal Ilmu Sosial Technium	Manajemen Media Sosial Lintas Platform: Studi Kasus tentang Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Swasta Indonesia Stasiun TV dalam Membangun Keterlibatan Pemangku Kepentingan Eksternal	Metode deskriptif analisis	Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh <i>Cyber Public Relations</i> Metro Tv melalui 3 (tiga) tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tim Humas memanfaatkan media sosial Instagram dan twitter sebagai media penyebaran informasi.	Penelitian ini menggambarkan aktivitas <i>cyber public relations</i> dalam mengelola dan memanfaatkan media sosial untuk menciptakan <i>public engagement</i> . Penelitian yang akan dilakukan terdapat perbedaan dalam fokus penelitian dan teori yang digunakan

## 1.6 Landasan Pemikiran

### 1.6.1 Landasan Teoritis

*The Circular Model of Some* merupakan model yang digunakan untuk mempermudah praktisi *Public Relations* dalam berkomunikasi melalui media sosial. Model komunikasi melalui media sosial tersebut diperkenalkan oleh Regina Luttrell, meskipun model tersebut belum diterima secara luas. Rismawati, ddk (2019:275) menjelaskan bahwa *The Circular Model of Some* berlandaskan dukungan model komunikasi dua arah oleh Grunig dan Hunt. *The Circular Model of Some* digunakan oleh peneliti sebagai landasan teoritis karena membahas mengenai proses pengelolaan pada media sosial Instagram.

*Public Relations* dalam *The Circular Model of Some*, untuk mengembangkan strategi pengelolaan media sosial terdapat beberapa tahap yang harus dilalui menurut *The Circular Model of Some*, meliputi *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (mengikutsertakan). Luttrell (2018:99) menjelaskan tahapan pengelolaan media sosial terdiri sebagai berikut:

#### 1) *Share* (membagikan)

*Share* merupakan tahap dalam menentukan pesan apa yang akan disampaikan kepada publik. *Public Relations* menganalisis target audiens bagi kepentingan perusahaan maupun organisasi. Perusahaan atau organisasi dapat menyebarkan informasi sesuai dengan media sosial yang digunakan.



2) *Optimize* (mengoptimalkan)

*Public Relations Officer* menentukan dan membuat konten untuk dibagikan pada publik. Perusahaan atau organisasi dapat menghasilkan pesan yang optimal dengan memanfaatkan alat atau fitur di media sosial sehingga mengetahui topik yang menarik publik mengenai organisasi. Humas yang mampu mengoptimalkan pengemasan pesan pada konten akan menarik lebih banyak publik. Pesan yang disebar tidak bergantung pada wilayah tertentu.

3) *Manage* (mengelola)

Pada tahap *manage*, *Public Relations Officer* memantau berbagai perkembangan yang terjadi di media sosial. Media monitoring dilakukan dengan alat pendukung yang menunjang pekerjaan. *Public Relations Officer* dapat memberikan respon secara langsung dan melakukan interaksi dengan publik melalui pengelolaan media sosial. Pada tahap *manage*, pekerja Humas mengukur capaian target informasi kepada publik sehingga terdapat bahan perbaikan untuk konten berikutnya.

4) *Engage* (mengikutsertakan)

Pada tahap *engange*, *Public Relations Officer* mewakili lembaga berupaya membangun interaksi dengan publik. Komunikasi dapat terjalin secara efektif antara lembaga dengan publiknya. *Public Relations* membuat konten-konten menarik agar melibatkan publik dan membangun hubungan yang baik sehingga informasi yang dibutuhkan publik dapat terpenuhi.

## 1.6.2 Landasan Konseptual

### a. Digital *Public Relations*

Kegiatan *Public Relations* saat ini tidak lepas dari penggunaan media digital dalam menjalankan peran dan fungsinya. Media online digunakan oleh Humas dalam membangun *brand*, citra, kepercayaan publik bahkan sebagai media penyebaran informasi. Menurut David Philips dan Philip dalam Suwanto (2018:94) terdapat tiga unsur yang menjadi bagian aktivitas kehumasan yaitu: 1) platform; 2) saluran; dan 3) konteks. *Public Relations* tidak lepas dari peran media digital dalam berkomunikasi dengan publiknya saat ini.

*Public Relations* berperan membangun citra suatu lembaga melalui media online. Citra positif dapat diraih melalui perencanaan strategis yang mampu mempengaruhi publik secara luas. Media sosial sebagai salah satu pilihan bagi aktivitas *Public Relations* untuk meraih tujuan pada lembaga maupun organisasi.

Digital *Public Relations* berperan dalam memanfaatkan media digital sebagai media publikasi. *Press release* merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh Humas tidak hanya dibagikan secara cetak. Mukarom & Laksana (2019:37) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi saat ini sudah selayaknya dapat dimanfaatkan oleh Humas pada ruang digital untuk menjalankan fungsinya. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Twitter dan sebagainya.

*Public Relations* diuntungkan dengan kehadiran media sosial karena biaya cetak untuk publikasi tidak diperlukan pada ruang digital. *Public Relations* hanya memerlukan strategi perencanaan yang matang untuk menyebarkan kepada publik secara luas. Media sosial tidak sebatas untuk membagikan konten kepada publik, disamping itu siapapun yang dapat melihat peluang media sosial akan memberikan banyak manfaat bagi penggunanya.

*Public Relations* berfungsi dalam membangun sikap dan menjaga kepercayaan publik dengan memanfaatkan media digital. Media digital dapat membangun hubungan tepat sasaran (*one-to-one*) dengan waktu singkat. Media digital menjadi pilihan sarana terbaik karena bersifat interaktif. Perusahaan maupun organisasi dapat berkomunikasi melalui jaringan internet tanpa adanya banyak hambatan (Onggo, 2004:5).

b. Instagram

Instagram adalah media sosial berupa aplikasi yang menyediakan fasilitas untuk berbagi pesan dengan beragam pilihan. Pesan dapat berbentuk foto, video, hingga tulisan. Pengguna sosial media bebas berkreasi mengunggah pesan yang ingin disampaikan Ardianto (2013:166). Tulisan yang dibagikan pada laman media sosial pribadi dapat dikomentari, disukai bahkan disebar oleh pengguna lain. Hal inilah yang menjadi daya tarik bagi media sosial untuk dimanfaatkan oleh para penggunanya.

Pengguna Instagram menyampaikan pesan secara cepat dan luas melalui jaringan internet. Instagram menyediakan fitur-fitur yang

memudahkan bagi penggunanya. Pengguna memperoleh kemudahan mengunggah konten sesuai dengan keinginan melalui penggunaan fitur, seperti beranda, kolom komentar, mesin pencarian, profil, dan *news feed* (Atmoko, 2012:28).

## 1.7 Langkah-langkah Penelitian

### a. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor yang terletak di Jalan Tegar Beriman, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, Kode pos 16914. Peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena kantor Diskominfo Kabupaten Bogor tempat dimana adanya aktivitas mengelola akun Instagram milik Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor.

### b. Paradigma dan Pendekatan

Harmon dalam Moleong (2013:49) mendefinisikan paradigma sebagai sebuah landasan atau cara berpikir seseorang dalam melihat suatu fenomena. Paradigma digunakan oleh peneliti sebagai acuan dasar dalam melakukan penelitian. Paradigma menentukan alur berpikir terhadap fenomena yang diteliti.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik pada penelitian. Paradigma konstruktivistik membawa peneliti untuk memahami sebuah fenomena kedalam sebuah konsep umum situasi tertentu. Paradigma ini digunakan sebab peneliti ingin mencari tahu bagaimana Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola akun Instagram @kabupaten.bogor

melalui konsep manajemen sosial media, *The Circular Model of Some* dengan tahap *share, optimize, manage, dan engage*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebab peneliti mengumpulkan data melalui proses wawancara kepada pihak Dikominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola akun Instagram. Peneliti kemudian menginterpretasikan sebuah realitas berdasarkan data yang diperoleh kedalam bentuk deskripsi. Pendekatan ini dapat membantu peneliti untuk memperoleh pemahaman secara mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

c. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ialah metode deskriptif. Peneliti menggambarkan sebuah fenomena berdasarkan fokus penelitian yang telah ditentukan. Peneliti tidak mencari dan menjelaskan hubungan sebab akibat atau membandingkan variabel-variabel. Menurut Rakhmat, J., & Ibrahim (2021:68) penelitian deskriptif bertujuan untuk menjabarkan fenomena yang terjadi berdasarkan informasi akurat yang didapatkan

Fenomena yang diangkat dalam penelitian terkait pengelolaan Digital *Public Relations* pada akun Instagram oleh bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor. Peneliti memilih metode deskriptif sebagai metode yang digunakan dalam penelitian sebab sesuai dengan tujuan penelitian. Berbagai temuan yang diperoleh dalam penelitian akan dituangkan kedalam bentuk narasi.

Peneliti bermaksud untuk mencari tahu dan menggambarkan bagaimana aktivitas *Digital Public Relations* Diskominfo Kabupaten Bogor dalam mengelola konten yang diunggah pada Instagram melalui tahap *share*, *optimize*, *manage*, dan *engage*. Pemerintah Kabupaten Bogor memanfaatkan Instagram sebagai media informasi kepada publik. Peneliti kemudian menganalisis dan menjabarkan data yang diperoleh dalam bentuk deskripsi.

d. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Peneliti memilih jenis data berdasarkan tingkatan derajat yaitu data primer dan sekunder. Menurut Bungin dalam Rahmadi (2011:71) data primer diperoleh dari lokasi atau objek penelitian secara langsung sedangkan data sekunder berasal dari luar objek penelitian namun masih berkaitan. Jenis data yang dihimpun berupa segala bentuk informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini berupa data kualitatif yang akan dijabarkan dalam bentuk narasi. Informasi yang didapatkan dari data kualitatif berupa lisan dan tulisan. Data ini memperdalam setiap batasan yang telah ditetapkan sebelumnya sesuai dengan konsep yang digunakan oleh peneliti. Peneliti membutuhkan data tentang bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor dalam mengelola Instagram @kabupaten.bogor, serta data pendukung yang memperkuat data utama yang dikumpulkan nantinya.

## 2) Sumber Data

Berdasarkan jenis data yang telah ditentukan oleh peneliti sebelumnya maka, peneliti menggunakan dua sumber data dalam penelitian sebagai berikut:

### a) Sumber Data Primer

Peneliti menggunakan data yang diperoleh secara langsung melalui daftar pertanyaan, rekaman audio atau video sebagai sumber data utama. Data primer berupa hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan. Sumber data utama diperoleh dari pihak Diskominfo Kabupaten Bogor yang mengelola akun Instagram @kabupaten.bogor.

### b) Sumber Data Sekunder

Sumber data lain yang digunakan dalam penelitian berupa data tidak langsung namun berkaitan untuk menunjang penelitian. Data sekunder diperoleh dari pihak Diskominfo Kabupaten Bogor. Data yang dibutuhkan seperti dokumen *content plan*, *press release*, dan lainnya sesuai dengan kebutuhan penelitian.

### e. Informan

Komariah, A., & Satori (2017:94) informan merupakan orang-orang yang terlibat dalam fenomena penelitian yang berfungsi sebagai sumber informasi terkait fenomena pada objek penelitian. Peneliti menentukan informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Informan kunci merupakan seseorang yang dapat memberikan informasi secara umum dan menyeluruh mengenai objek penelitian. Informan kunci pada penelitian ini yaitu kepala bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor.
- 2) Informan pendukung merupakan seseorang yang bersedia memberikan informasi dan memiliki kompetensi pada bidangnya. Informan pendukung pada penelitian ini yaitu pegawai bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik yang mengelola akun Instagram @kabupaten.bogor.

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*. Peneliti menentukan informan berdasarkan berbagai pertimbangan untuk memperoleh data penelitian. Sugiyono (2017:219) teknik ini digunakan untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh pemahaman akan fenomena. Peneliti memilih informan dari pihak Diskominfo yang menguasai objek penelitian dan terlibat baik secara langsung dalam proses pengelolaan media sosial Instagram.

f. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan, peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data. Komariah, A., & Satori (2017:62) menjelaskan bahwa peneliti dalam penelitian kualitatif sebagai instrumen utama pada pengumpulan data. Peneliti terlibat secara langsung maupun tidak dalam proses menghimpun data. Adapun teknik pengumpulan data yang dipilih, diantaranya:



### 1) Wawancara Mendalam

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif salah satunya yaitu wawancara. Informasi yang diperoleh melalui wawancara dalam penelitian kualitatif bersifat mendalam. Peneliti menginginkan informasi sejelas mungkin dari informan (Komariah, A., & Satori, 2017:130).

Peneliti menggunakan teknik wawancara semistruktur yang merupakan bagian dari kategori wawancara mendalam untuk mengumpulkan data. Dialog antara peneliti dengan informan dapat menggunakan alat bantu seperti *tape recorder* dan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan pokok. Wawancara dilakukan dengan pegawai bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik di Kantor Diskominfo Kabupaten Bogor.

### 2) Observasi

Teknik observasi merupakan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap objek penelitian. Peneliti dapat terlibat langsung maupun tidak. Marshall dalam Sugiyono, (2017:226) menyebutkan bahwa peneliti dapat belajar memaknai secara menyeluruh tentang perilaku.

Teknik observasi yang digunakan yaitu observasi partisipasi pasif. Peneliti mengobservasi tempat, pelaku dan aktivitas pihak Diskominfo tanpa terlibat langsung untuk mengumpulkan data. Peneliti akan mampu memahami secara holistik terkait objek penelitian. Peneliti dapat menemukan data-data yang tidak ditemukan dengan teknik lainnya.

### 3) Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan cara memperoleh data dengan mengumpulkan data-data baik berupa tulisan, gambar, maupun karya lainnya menurut penjelasan Sugiyono (2017:124). Metode ini diperlukan dalam penelitian kualitatif sebagai data pendukung penelitian. Dokumentasi dapat menambah keyakinan atas data yang telah diperoleh sebelumnya.

Dokumen didapatkan dari pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bogor. Data lainnya dapat diperoleh melalui laman sosial media atau website Pemerintah Kabupaten Bogor. Data diperoleh secara *online* dan tidak hanya berbentuk cetak disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

#### g. Teknik Keabsahan Data

Peneliti menggunakan teknik triangulasi dari sumber data. Teknik triangulasi sumber data yaitu peneliti mengeksplorasi sumber data untuk memperoleh kebenaran data dari sumber yang beragam (Komariah, A., & Satori, 2017:170). Peneliti mendeskripsikan data-data yang diperoleh dari para informan. Informasi yang diperoleh kemudian dikategorikan oleh peneliti untuk dianalisis sehingga peneliti dapat memperoleh kesimpulan dari informasi yang diberikan. Teknik keabsahan data digunakan untuk membantu peneliti memperoleh data penelitian dengan membandingkan hasil wawancara dengan objek penelitian.

#### h. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan proses penyusunan data yang diperoleh dari hasil teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2017:132). Peneliti memilah, menganalisis, dan menjabarkan data-data yang diperlukan kedalam bentuk deskripsi. Peneliti dapat menarik kesimpulan setelah dilakukannya analisis data.

Penelitian ini menggunakan model dari Milles dan Huberman dalam menganalisis data. Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan sejak awal pengumpulan data hingga data yang diperoleh meyakinkan. Adapun langkah-langkah analisis data menurut Milles dan Huberman, sebagai berikut:

##### 1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan memilih data penting diantara data-data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2017:134). Hasil penyederhanaan dapat memunculkan data-data penting. Tujuan reduksi data untuk memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan.

Peneliti menuliskan rincian data kedalam bentuk laporan. Peneliti kemudian mengambil data primer maupun sekunder yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti dapat mencari kembali data yang diperlukan bila belum terpenuhi dari data sebelumnya.

##### 2) Penyajian Data

Data yang telah direduksi menunjukkan hubungan antara fenomena dengan penemuan di lapangan. Data tersebut kemudian

disuguhkan kedalam bentuk naratif oleh peneliti. Peneliti menggambarkan secara menyeluruh hasil penemuan sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil penyajian data yang telah disusun.

### 3) Penarikan Kesimpulan

Simpulan merupakan benang merah dari seluruh data yang telah dianalisis menggunakan konsep yang digunakan dalam penelitian. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dengan diperkuat oleh data pendukung. Kesimpulan yang disajikan berupa jawaban atas rumusan masalah penelitian.





<b>Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi</b>								
Pelaksanaan Penelitian								
Analisis dan Pengelolaan Data								
Penulisan Laporan								
Bimbingan Skripsi								
<b>Tahap Keempat: Sidang Skripsi</b>								
Bimbingan Akhir Skripsi								