

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini telah terjadi perkembangan sosial media yang sangat pesat dan menuntut manusia untuk bergerak ke arah revolusi komunikasi yang lebih kompleks. Teknologi merupakan salah satu alat dalam meningkatkan suatu proses pada suatu nilai, sehingga dapat menciptakan produk yang berasal dari upaya yang telah dilakukan, hasil dari produk tersebut tentu tidak dapat dipisahkan dari proses sebelumnya, maka dari itu keberhasilan yang telah didapatkan telah menjadi kesatuan yang sistematis dari suatu sistem. Manusia pada zaman sekarang sangatlah erat dengan internet, setiap kegiatan yang dilakukan setiap harinya memiliki hubungan dengan internet. Fenomena tersebut menandakan telah terjadinya kemajuan pada bidang informasi dan menjadi nilai tambah dari suatu teknologi yang digunakan manusia sebagai alat komunikasi serta pencarian informasi yang mudah dan praktis.

Aplikasi teknologi memiliki pertambahan yang semakin signifikan, hal ini dapat dirasakan oleh manusia dengan adanya aplikasi teknologi yang semakin beragam serta media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi memiliki jenis yang bermacam-macam. Dalam hal tersebut dapat dikatakan sebagai *new wave technology*, istilah yang dimaksud memiliki arti bahwa adanya teknologi telah menjadi penghubung antar individu dengan individu maupun individu dengan kelompok.<sup>1</sup> *New wave technology* didukung oleh perangkat teknologi informasi yang semakin berkembang canggih, pendukung perangkat tersebut diantaranya seperti komputer, *handphone*, serta didukung oleh akses internet yang tidak mahal.

---

<sup>1</sup> Kolter, Philip. (2011). Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta. Salemba Empat.

Jaringan komunikasi internet merupakan media komunikasi maya yang dalam proses komunikasinya memiliki kecepatan dalam pengiriman informasi serta penerimaan informasinya dan juga sebagai penyedia data yang canggih. Pada saat ini informasi dan pengetahuan dapat diakses secara mudah melalui internet, oleh karena itu internet telah menjadi perpustakaan dunia yang aksesnya dapat dilakukan dengan mengunjungi suatu pintu yang dinamai *world wide word* (www). Selain itu internet juga telah menjadi penyedia media informasi yang bersifat online seperti surat kabar elektronik (*electronic newspaper*), musik, film, TV dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menginformasikan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mengalami peningkatan presentasi dengan menyentuh angka 79,5% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Peningkatan antara periode sebelumnya dengan periode sekarang yaitu 1,4%.<sup>2</sup> Sehingga dengan hasil survei tersebut menandakan kegiatan keseharian manusia sebagiannya telah memanfaatkan kecanggihan teknologi internet dalam mendapatkan suatu informasi. Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan berbagai macam kegiatan yang berdasarkan pada sistem teknologi informasi, diantaranya yaitu *e-government*, *e-commerce*, *e-education* dan lain sebagainya.

Masyarakat Indonesia memiliki hubungan yang sangat erat dengan internet dalam melakukan komunikasi atau berinteraksi dengan orang lain sehingga hal tersebut membentuk suatu jejaring sosial atau biasa disebut dengan istilah media sosial. Media sosial merupakan alat bantu atau tempat yang digunakan manusia dalam bersosialisasi dengan orang lain dengan menggunakan akses internet. Penggunaan media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja melainkan juga untuk mencari informasi, bahkan media sosial saat ini memiliki fitur khusus untuk informasi berita. Penyebaran media sosial terdiri dari berbagai macam jenis dan dapat digunakan di seluruh dunia. Masyarakat Indonesia tidak

---

<sup>2</sup> Sumber dari : <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> diakses pada 4 Maret 2024, pukul 19.37 WIB.

ketinggalan dalam mengikuti perkembangan media, terutama media online yaitu media sosial. Media sosial telah merubah manusia dalam mencari serta mendapatkan informasi secara cepat melalui akun media sosial yang tersedia. Dari berbagai macam media sosial, salah satunya yaitu instagram. Instagram merupakan aplikasi *microblogging* yang memiliki fungsi utama dalam menunjang manusia untuk mengunggah foto atau video secara praktis dan cepat. Berdasarkan We Are Sosial masyarakat indonesia menduduki peringkat ke-4 dengan pengguna instagram terbanyak di dunia.<sup>3</sup>

Informasi konten yang beredar di instagram tidak lepas dari pengelolaan media khususnya instagram. Menurut George R.Terry pengelolaan media membutuhkan proses manajemen yang baik, sehingga segala proses dijalankan melalui tindakan perencanaan, pengorganisasian, serta pengawasan.<sup>4</sup> Fenomena pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat direspon baik oleh pemerintah Jawa Barat yaitu salah satunya DPMD Jawa Barat.

Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat atau sering disebut dengan singkatan DMP Desa Provinsi Jabar merupakan instansi pemerintahan yang bertujuan untuk membina desa di wilayah Provinsi Jawa Barat. Kegiatan yang dilakukan melalui sosial media seperti penyampaian informasi mengenai program, kebijakan, agenda pemerintahan yang direncanakan, sedang dilakukan maupun sudah dilakukan oleh pemerintah. DPMD Jawa Barat mempunyai 12 program unggulan, diantaranya: Advokasi Desa, Desa wisata, Desa Digital, *Ove Village One Company* (OVOC), CEO BUMDes, Patriot Desa, Satu Desa Satu BUMDes, Sekolah Desa Juara, Posyandu Juara, Insfraktur Desa, Mobil Aspirasi Kampung Juara (MASKARA) dan Aplikasi layanan Publik Sapawarga.<sup>5</sup>

Fokus peneliti dalam penelitian ini hanya pada salah satu programnya saja yaitu Patriot desa. Patriot Desa merupakan salah satu program unggulan

---

<sup>3</sup> Sumber dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia> diakses pada 4 Maret 2024, pukul 20.15 WIB.

<sup>4</sup> Hasibuan, Malayu S.P. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. PT Bumi Askara.

<sup>5</sup> Sumber dari : <https://dpmdesa.jabarprov.go.id> diakses pada tanggal 04 Maret 2014.

pemerintah provinsi Jawa Barat dalam gerakan membangun desa melalui pendekatan sumber daya manusia. Patriot desa tersebar diberbagai wilayah Jawa Barat dalam proses pelaksanaan kegiatannya. Patriot desa terdiri dari kumpulan pemuda Jawa Barat sebagai calon penggerak desa untuk pembangunan dengan kemampuan pengorganisasian, pengarahan, serta sebagai fasilitasi kepala desa agar dapat mewujudkan pengembangan ekonomi, kehidupan sosial, budaya, dan lain sebagainya. Kehadiran patriot desa ini bertujuan untuk membantu desa-desa tertinggal yang berada di wilayah Jawa Barat menjadi desa mandiri yang dalam pencapaiannya dibantu oleh pemuda Jawa Barat.

Kegiatan publikasi informasi yang digunakan oleh patriot desa dilakukan melalui media sosial salah satunya yaitu instagram. Akun instagram @patriotdesa\_official mempunyai pengelolaan konten yang diunggah sangat informatif, kreatif serta menarik perhatian sehingga mampu meningkatkan jumlah *followers* serta semakin diketahui oleh masyarakat luas. Insatgram @patriotdesa\_official merupakan salah satu akun resmi yang berperan sebagai jembatan untuk seluruh patriot desa Jawa Barat yang menggunakan akun instagram sebagai media dalam menyebarkan informasi kegiatan kepada publik. Salah satu akun yang merupakan bagian dari @patriotdesa\_official yaitu akun instagram @patriotdesa.cirebon yang melakukan kegiatan patriot desa di wilayah kabupaten Cirebon. Akun instagram yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu akun instagram patriot desa yang berada di wilayah daerah kabupaten cirebon.

Akun instagram @patriotdesa.cirebon memiliki jumlah *followers* yang cukup banyak yaitu 641 pengikut dan 341 postingan berdasarkan hasil data yang dilihat pada 05 Maret 2024 pada akun instagram @patriotdesa.cirebon.(diakses pada 05 Maret 2024) Konten informasi yang tersedia pada akun instagram tersebut berupa kegiatan yang dilaksanakan oleh patriot desa yang tersebar di wilayah kabupaten Cirebon, tidak hanya kegaitan harian saya, terdapat juga informasi yang berkaitan dengan progres serta pencapaian program patriot desa dalam setiap tahunnya. Unggahan konten yang ada pada akun tersebut dikemas

dengan baik kedalam bentuk unggahan foto, video, dan juga *reels* (video durasi pendek).

Kegiatan yang dilakukan oleh seluruh patriot desa wilayah kabupaten cirebon yang dipublikasikan di instagram masing-masing memiliki hubungan dengan akun instagram @patriotdesa.cirebon yang dimana akun tersebut menjadi akun utama sebagai penghubung mengenai informasi kegiatan patriot desa yang tersebar di wilayah kabupaten Cirebon. Penggunaan publikasi melalui instagram pada saat ini memiliki peminat atau pengguna yang sangat banyak. Hal ini membuat individu, organisai dan pemerintahan menggunakan instagram sebagai sarana media informasi dalam penyebaran informasinya yang dirasa cukup mudah diakses oleh masyarakat.

Penyebaran informasi dengan menggunakan media online merupakan bagian dari *Online Public Relations* atau humas *online*, hal tersebut dikarenakan adanya kegiatan komunikasi yang merupakan bentuk dari *public relations* yang memanfaatkan jaringan internet sebagai alat penunjang komunikasi dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, menjalin komunikasi serta dapat meningkatkan citra positif suatu lembaga pemerintahan ataupun swasta. Sehingga dengan adanya aktivitas *online public relations* ini sangat menarik untuk dilakukannya penelitian pada akun instagram patriot desa. Akun instagram @patriotdesa.cirebon mempublikasikan seluruh rangkaian kegiatan program patriot desa yang berada di wilayah kabupaten cirebon dengan menggunakan template postingan dengan warna yang tidak begitu mencolok sehingga gambar yang diposting dengan kalimat tulisan dapat terbaca serta dikemas secara rapih dan menarik untuk dilihat.

Pemberian informasi kepada publik harus dilakukan oleh seorang praktisi PR sebagai suatu cara untuk meningkatkan citra positif instansi pemerintah atau perusahaan. Kemunculan *online public relations* sangat berpengaruh dalam membantu tugas seorang praktisi PR pada era digitalisasi saat ini. Kegiatan yang dilakukan oleh Pengelolaan Publikasi dan Kemitraan SSPMD Provinsi dan

SSPMD Kabupaten Cirebon sudah melakukan kegiatan humas *online*, hal tersebut dapat dilihat dari data yang dikutip dari akun instagram patriot desa terdapat kegiatan *online public relations* seperti pembuatan artikel mengenai program patriot desa yang dipublikasikan dalam sosial media instagram.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka fokus dalam melakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan instagram yang dilakukan oleh program patriot desa di wilayah Kabupaten Cirebon dalam memberikan informasi terkait program yang akan dan telah dilakukan. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Pengelolaan Instagram @patriotdesa.cirebon Sebagai Media Informasi Program Patriot Desa Jawa Barat Wilayah Kab. Cirebon.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti pada tulisan diatas maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana pengelolaan instagram @patriotdesa.cirebon sebagai media informasi program patriot desa Jawa Barat wilayah Kab. Cirebon?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari peneltilain ini yaitu :

Untuk mengetahui pengelolaan Instagram @patriotdesa.cirebon sebagai media informasi program patriot desa Jawa Barat wilayah Kab. Cirebon.

## 1.4 Manfaat Penelitian :

### 1. Manfaat Akademis

Kajian dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan penelitian yang berkonsentrasi di bidang

studi komunikasi. Serta diharapkan dapat menjadi suatu referensi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan dalam penelitiannya.

## 2. Manfaat Praktis

Dari penelitian yang dilakukan memperoleh hasil yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam pengelolaan media sosial instagram sebagai media informasi di instansi pemerintahan maupun non-pemerintahan.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan rangkaian utuh suatu konsep yang saling berkaitan dengan satu sama lain secara logis dan menghasilkan kerangka pemikiran yang bertujuan untuk memahami, menafsirkan serta menjelaskan fakta maupun masalah yang sedang berlangsung. Menurut Sugiyono, paradigma penelitian adalah cara berfikir yang menjelaskan suatu variabel yang akan diteliti serta menggambarkan jenis dan rumusan masalah serta teknik analisis yang akan digunakan.<sup>6</sup>

Peneliti dalam melakukan penelitiannya menggunakan paradigma penelitian konstruktivis. Paradigma tersebut dipakai untuk memahami serta mendefinisikan persepsi dan pengalaman subjektif individu. Fokus paradigma konstruktivitas terletak pada rangkaian proses dan makna terbentuk data konteks sosial juga budaya. Selain itu, paradigma tersebut berkaitan dengan pemahaman bahwa realitas sosial dikonstruksi oleh individu serta kelompok yang memiliki keterlibatan pada konteks saat itu.

Penelitian ini berjudul “Pengelolaan Instagram @PatriotDesa.Cirebon sebagai media informasi program patriot desa Jawa Barat wilayah Kab. Cirebon” serta pada penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kualitatif dengan melakukan

---

<sup>6</sup> Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta CV.

pendekatan secara konstruktivitas. Penelitian yang dilakukan peneliti lebih menitik bertakan pada makna serta data yang didapatkan dari hasil pengamatan juga analisis dokumen. Data-data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini diperoleh dari observasi dan analisis konten @PatriotDesa.Cirebon. Paradigma konstruktivitas dipilih oleh peneliti dalam penelitiannya karena tujuan utama dari penelitian yang dilakukan yaitu mengenai bagaimana pengelolaan Instagram @PatriotDesa.Cirebon digunakan sebagai media informasi program patriot desa Jawa Barat wilayah Kab. Cirebon kepada publik.

### 1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian memiliki arti dari dua gabungan kata yaitu metode dan penelitian. Metode memiliki kaitan dalam suatu kajian ilmiah, sehingga metode berpengaruh dalam mengamati suatu objek yang menjadi tujuan ilmu yang berkaitan dengan penelitian. Maka dari itu, metode dapat disimpulkan sebagai suatu cara dalam pendekatan, pengamatan serta memperoleh penjelasan dari suatu fenomena permasalahan dengan mengacu pada suatu landasan teori.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif yaitu suatu metode yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang bersifat alamiah dan pada metode ini seorang peneliti menjadi instrumen kunci, teknik pengumpulan data bersifat triangulasi (gabungan), analisis data secara induktif atau kualitatif, serta hasil dari penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisaasi.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta CV, Bandung. Hal 9.

Penelitian kualitatif dalam penelitiannya memiliki maksud untuk memahami kejadian yang berkaitan dengan apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain yang dilakukan secara holistik serta dengan cara deskripsi berupa kata-kata dan bahasa, dalam suatu konteks khusus yang alamiah serta dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sehingga pada metode tersebut dalam melakukan pengumpulan datanya akan melibatkan proses wawancara, observasi, analisis dokumen, dan data tersebut akan dianalisis untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif terfokus dari berbagai fenomena dengan suatu unsur tertentu, maka dapat memungkinkan studi tersebut menjadi suatu pertimbangan mendalam dalam penelitian ini.<sup>8</sup>

Sifat pada penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu bersifat deskriptif yang berbentuk kata-kata, gambar, atau perilaku yang didapatkan dari proses penelitian serta tidak berupa bilangan atau angka statistik melainkan suatu paparan atau gambaran mengenai situasi maupun kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Maka dari itu, metode penelitian deskriptif kualitatif dapat digunakan dalam penelitian untuk mengidentifikasi strategi pengelolaan instagram @PatriotDesa.Cirebon.

### **1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian pada dasarnya adalah seseorang yang ditunjuk sebagai seorang narasumber atau informan dalam suatu riset penelitian yang dimana hal tersebut menjadi salah satu

---

<sup>8</sup> Prof. DR. Lexy J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung. PT Remaja Rosdakarya,. Hal.211

bagian dari responden yang nantinya akan memberikan informasi tentang data yang berkaitan dengan objek penelitian yang dilakukan. Objek penelitian merupakan atribut atau sifat nilai seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki ketentuan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya.<sup>9</sup>

Pada penelitian ini, subjek penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling yang terdapat beberapa pertimbangan kriteria dalam menentukan subjek.

1. Narasumber berwenang dalam pengambilan keputusan mengenai program patriot desa Jawa Barat wilayah Kabupaten Cirebon.
2. Narasumber memiliki kewenangan dalam bidang komunikasi publik
3. Narasumber pengelolaan akun instagram @PatriotDesa.Cirebon

Berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dalam penelitian ini yang dijadikan subjek dalam penelitiannya yaitu, staf pengelola publikasi dan kemitraan SSPMD Kabupaten Cirebon dan informna tambahan yang mengetahui serta bertanggung jawab dalam program patriot desa kabupaten Cirebon.

Objek penelitain yang digunakan ialah pengelolaan Instagram @PatriotDesa.Cirebon sebagai media informasi program patriot desa wilayah kabupaten Cirebon.

---

<sup>9</sup> Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).

## **1.6 Jenis Data**

### **1.6.1 Data Primer**

Data yang dimaksud yaitu data yang diambil dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada saat di lapangan dengan menggunakan teknik wawancara secara mendalam dengan subyek penelitian yang memiliki kaitan dengan sasaran penelitian seperti *caption* maupun *comment* pada akun instagram @patriotdesa.cirebon.

### **1.6.2 Data Sekunder**

Pengumpulan data sekunder ini berupa hasil studi pustaka, buku referensi, jurnal, artikel, media cetak, internet dan sebagainya. Data-data yang diperoleh digunakan untuk data pendukung informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Sehingga dengan data yang diperoleh dapat menjadi penunjang fakta serta realitas yang terjadi di lapangan untuk memperoleh tingkat validitas data yang akurat dan jauh lebih baik.

## **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan data pada penelitian kualitatif biasanya berupa wawancara, studi literatur, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo, serta dokumen resmi lainnya dalam melakukan observasi.

Peneliti dalam penelitiannya menggunakan 3 teknik dalam pengumpulan data, antara lain sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan percakapan yang memiliki maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang dimana bertugas untuk memberikan pertanyaan pada narasumber dan narasumber atau informan

nantinya memberikan jawaban atas pertanyaan yang dilakukan oleh pewawancara.

Wawancara bertujuan untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian serta memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

Penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan wawancara terbuka yang para subjeknya mengetahui bahwa mereka sedang diwawancarai serta mengetahui juga maksud serta tujuan dilakukannya wawancara tersebut. Prosedur pertama dalam melakukan kegiatan wawancara yaitu dengan menentukan terlebih dahulu jadwal dengan informan hingga menciptakan suatu kesepakatan bersama.

Pemilihan atau kriteria narasumber dalam penelitian ini tentunya seseorang yang memiliki informasi mengenai gambaran fenomena yang dialami terutama dalam pengelolaan instagram @PatriotDesa. Cirebon, serta bersedia untuk terlibat dalam kegiatan penelitian, dan juga bersedia untuk diwawancarai selama penelitian berlangsung.

## 2. Observasi

Observasi merupakan suatu bagian metode pengumpulan data dalam melakukan penelitian kualitatif yang dimana dalam hal ini melibatkan pengamatan secara langsung terhadap fenomena yang sedang diteliti. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan pengamatan partisipan secara langsung atau objek dan situasi yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti oleh peneliti.

Observasi dilakukan guna untuk mendapatkan informasi yang mendalam tentang fenomena penelitian. Sehingga observasi sangat berguna untuk peneliti dalam memahami konteks sosial,

budaya, serta lingkungan yang berhubungan dengan fenomena yang sedang dilakukan oleh peneliti. Selain itu, pada metode ini peneliti dapat memperoleh lebih banyak informasi mengenai perilaku, interaksi, dan dinamika sosial yang terjadi dalam konteks yang sedang diteliti.

Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi yang berperan secara pasif, maka dari itu peneliti harus terjun langsung ke tempat lokasi penelitian, akan tetapi peneliti hanya cukup untuk melakukan pengamatan saja tidak berperan apapun selain sebagai pengamat yang pasif. Sehingga observasi dilakukan untuk mengamati lingkungan sosial subjek serta bagaimana informan melakukan pengelolaan instagram dalam memberikan informasi kepada publik tentang program-program patriot desa Jawa Barat yang berada di wilayah Kabupaten Cirebon.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang melibatkan pengumpulan informasi dari dokumen maupun sumber-sumber tertulis terkait dengan fenomena penelitian. Dokumentasi dapat dijadikan suatu cara untuk memperoleh informasi yang relevan sesuai dengan tujuan serta fokus pada penelitian. Hasil dari dokumen yang diperoleh dapat menguatkan temuan penelitian atau sebagai sumber informasi tambahan yang digunakan untuk membantu peneliti dalam memahami tentang penelitian yang dilakukan.

Menurut Robert C. Bogdan yang dikutip oleh Sugiyono, dokumen yang diperoleh dari dokumentasi berupa catatan, laporan, memo, surat, serta dokumen-dokumen lain tentang penelitian yang sedang diteliti.

Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara pengambilan data-data atau informasi yang dihasilkan dari informan atau sekunder yang ada pada bagian pengelola patriot

desa Jawa Barat atau pihak lain yang mendukung pada proses penelitian.

### 1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif (Bogdan & Biklen, 1982) yaitu usaha yang dilakukan melalui alur kerja dengan data, mengorganisasikan data, memilih menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan sesuatu yang penting serta apa yang dipelajari, lalu memutuskan apa yang dapat dijelaskan kepada orang lain.

Selanjutnya menurut Miles & Huberman (1986) tahapan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi dalam hal yang bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.<sup>10</sup> Tahapan dari ketiga alur tersebut lebih lengkapnya sebagai berikut:

#### 1. Reduksi Data

Mereduksi data pada model Miles dan Huberman terdiri dari beberapa langkah yang terlibat seperti pengumpulan data, pengelompokan data, serta serta pemangkasan atau penyederhanaan data yang *redundant* atau tidak relevan. Hal tersebut dilakukan untuk memfokuskan pada informasi yang sangat penting dan relevan dalam analisis, sehingga dapat menarik kesimpulan dengan mudah dan akurat.

Peneliti dalam melakukan penelitiannya berusaha dalam membuat ringkasan catatan yang diperoleh dari lapangan secara langsung yaitu DPMD Jawa Barat. Selain itu, peneliti juga membuat rekaman data dari penelitian yang diperoleh. Reduksi data yang dilakukan dalam penelitian ini disesuaikan dengan judul agar tidak keluar dari pembahasan. Data-data yang diperoleh dari sumber selanjutnya direduksi secara sistematis berdasarkan konsep.

---

<sup>10</sup> Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta, , Universitas Indonesia Hal 16.

## 2. Penyajian Data

Tahap analisis berikutnya yaitu penyajian data. Pada tahapan ini peneliti akan melibatkan suatu tindakan mengorganisir data serta menampilkan data dalam bentuk yang mudah dimengerti. Alur dalam penyajian data terdiri dari beberapa langkah antara lain yaitu pengkodean data, pembuatan grafik, tabel, matriks dan menyusun narasi yang jelas. Tujuan dari penyajian data tersebut untuk memvisualisasikan serta menginterpretasi data dengan mudah dalam analisis.

Selanjutnya, data yang telah direduksi akan disajikan dalam bentuk uraian singkat yang tersusun sesuai dengan tema penelitian yaitu tentang bagaimana pengelolaan instagram patriot desa cirebon dalam pemberian informasi mengenai program-program yang sedang atau sudah dijalankan. Hal tersebut tentunya akan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan.

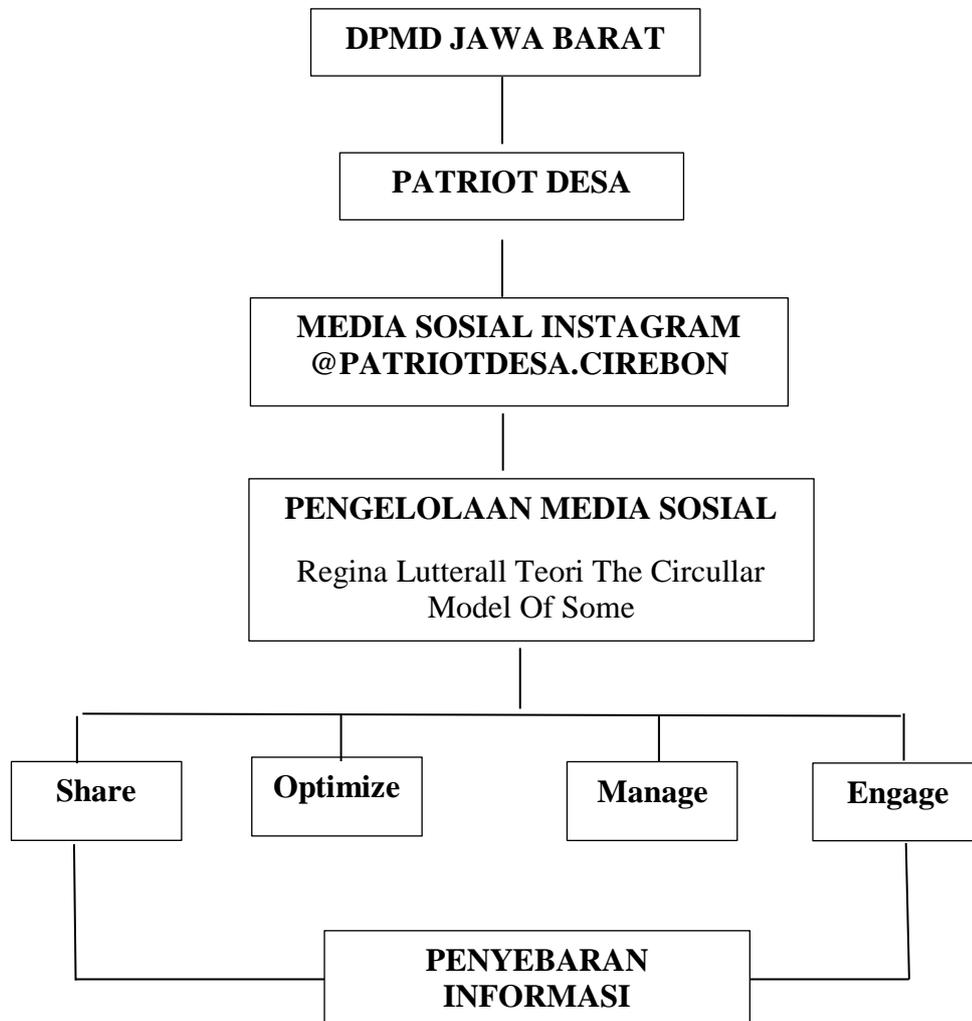
## 3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahapan terakhir yaitu penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Penarikan kesimpulan akan berkaitan dengan proses penyimpulan temuan dari analisis data serta memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penelitian yang diamati. Pada tahapan ini juga melibatkan proses pengecekan ulang terhadap temuan dengan cara analisis data tambahan dan serta memastikan kesimpulan yang diambil sesuai secara teoritis dan memadai secara empiris.

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini bersifat induktif, berfikir dari hal-hal khusus menuju umum dengan temuan data yang nantinya didapatkan dari hasil lapangan, lalu selanjutnya dipertimbangkan data yang sudah direduksi dengan penyajian data yang dihasilkan, sehingga akan diperoleh penarikan kesimpulan pada penelitian.

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep Dan Operasionalisasi Konsep

### 1.9.1 Kerangka Konsep



**Gambar 1.1 Kerangka Konsep**

Sumber : Olahan dari penulis

## **1.9.2 Definisi Konsep**

### **1. Patriot Desa**

Pemerintahan desa provinsi Jawa Barat memiliki beberapa program dalam mengupayakan mewujudkan pembangunan desa yang lebih maju di setiap wilayah Jawa Barat dan salah satu programnya yaitu Patriot Desa. Patriot Desa merupakan salah satu program unggulan dari Gerbang Desa atau Gerakan Membangun Desa pemerintah provinsi Jawa Barat. Gerakan tersebut dibuat untuk menciptakan desa yang mandiri dalam membangun serta memberdayakan masyarakat desa melalui pengoptimalan pemanfaatan potensi desa, dari segi sumber daya alam, sumber daya manusia, serta sarana prasarana desa melalui kerjasama pemerintah, masyarakat, dan pemangku lainnya. Program Patriot Desa sudah diselenggarakan sejak tahun 2019 dalam rangka memandirikan 5.311 desa yang berada di 18 kabupaten dan 1 kota (kota Banjar) wilayah Provinsi Jawa Barat. Para Patriot Desa yang tersebar di wilayah Jawa Barat bertugas sebagai komunikator, integrator dan akselerator dalam mendukung penggerak lokal desa untuk dapat mengelola potensi desa secara mandiri.

### **2. Media Sosial Instagram**

Perkembangan teknologi dan media yang semakin pesat dalam setiap waktunya memunculkan berbagai macam jenis media baru yang dapat mempermudah pekerjaan manusia dalam beraktivitas sehari-hari. Salah satu bentuk adanya media baru yaitu media sosial, dengan adanya kemunculan media sosial menciptakan ruang baru dalam melakukan interaksi sosial yang melibatkan partisipasi serta Kerjasama. Media sosial memudahkan para penggunanya dalam membentuk jaringan online serta dapat menyebarkan informasi kepada khalayak secara cepat

dan mudah. Menurut Mandibergh yang dikutip dalam Nasrullah (2014), media sosial merupakan suatu bentuk yang memungkinkan terjadinya keterlibatan kerjasama antara pengguna dalam menciptakan konten (*user-generated content*). Sehingga media sosial memiliki perspektif sebagai medium (fasilitator) online yang bergerak dalam membangun jalinan interaksi antar pengguna serta ikatan sosial.

Media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi yaitu Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, serta media sosial lainnya. Media sosial tersebut juga digunakan untuk melakukan penyebaran informasi secara online kepada khalayak publik. Salah satu media yang sangat populer pada saat ini yaitu Instagram. Media sosial Instagram dapat diakses dengan mudah pada smartphone sehingga aplikasi ini memberikan kemudahan pengguna untuk terhubung dengan teman dan penyebaran informasi juga dapat dilakukan secara cepat, mudah dan tidak memerlukan biaya. Penyebaran melalui media sosial Instagram dirasa cukup praktis dan efisien karena memiliki fitur-fitur yang tersedia lengkap guna menunjang penyebaran informasi.

Peneliti dalam penelitiannya memilih media Instagram sebagai media penyebaran informasi pada akun Instagram @patriotdesa.cirebon sesuai dengan paparan yang telah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti.

### **3. Pengelolaan Media Sosial**

Pengelolaan diruntut dari kata asalnya manajemen yang memiliki arti mengatur, mengelola, menangani, serta membuat sesuatu berdasarkan tujuan yang sudah ditentukan. Pengelolaan adalah suatu alur pekerjaan atau usaha yang digunakan oleh

sekelompok orang dalam melaksanakan serangkaian alur kerja dalam mencapai suatu tujuan tertentu.

Manajemen memiliki beberapa aspek yang berkaitan seperti proses, pelaku tindakan dan juga tujuan. Pertama, proses merupakan suatu hal yang selalu berkaitan dengan manajemen, dimana adanya suatu tindakan yang dilakukan secara tertata, sesuai dengan alur yang telah direncanakan. Kedua, dalam suatu manajemen akan melibatkan beberapa orang. Ketiga, manajemen ditujukan untuk mencapai suatu tujuan bersama dari organisasi, serta dalam melakukan suatu tindakan terdapat perencanaan terlebih dahulu.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini, pengelolaan media sosial atau online sangat berpengaruh pada baik buruknya suatu citra instansi pemerintah maupun swasta dalam penyebaran informasi melalui media sosial, sehingga sangat penting tatanan pengelolaan media sosial agar kredibilitas informasinya dapat dipercaya publik.

#### 4. The Circular Model of Some

Teori the circular of some merupakan salah satu teori media sosial diciptakan oleh Regina Luttrell yang digunakan untuk mempermudah dalam proses pra penelitian. Pada teori ini Luttrell menjelaskan, terdapat empat komponen utama dalam tahapan penelitian serta perencanaan pada media sosial yaitu *Share* (membagikan), *Optimize* (mengoptimalkan), *Manage* (mengelola) serta *Engage* (melibatkan).<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Ade Putrantoro P.W.J, 2020, *Manajemen Media Massa*, Yogyakarta, Pustaka Baru Press Hal 29.

<sup>12</sup> Luttrell, Regina, 2015, *Social Media: How To Engage, Share, and Connect*, Rowman & Littlefield.

## 5. Media Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi pada saat ini lebih banyak dilakukan secara digital seperti media sosial. Pengembangan media massa sangat penting dalam era digital untuk terus memperbarui informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Kehadiran internet dan media sosial membantu dalam memfasilitasi khalayak untuk ikut serta dalam penyebaran informasi-informasi terbaru yang terjadi di lingkungan masyarakat. Pemanfaatan media sosial dinilai penting digunakan oleh instansi pemerintah maupun swasta. Penggunaan media sosial merupakan salah satu cara organisasi atau instansi pemerintahan dalam menyebarkan informasi secara luas secara masif, serta membantu dalam mempromosikan terkait program maupun kegiatan dan juga kinerja masing-masing. Hal inilah yang membuat pemerintah desa kabupaten Cirebon ikut memanfaatkan pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi dalam penyampaian informasi dan publikasi kepada khalayak luas.

### 1.9.3 Operasionalisasi Konsep

Operasional konsep merupakan bagian penting dari suatu penelitian, karena melalui operasionalisasi konsep seorang peneliti dapat menguraikan konsep yang dipilih serta membuat batasan konsep serta definisi yang lebih operasional dalam batasan penelitian.

Peneliti dalam melakukan penelitiannya menggunakan The Circular Model of Some for Social Communication yang terdiri dari 4 bagian yaitu *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*, yang sebagaimana dijelaskan oleh Regina Luttrell dalam bukunya yang berjudul *Social Media How to Engage, Share, and Connect*.<sup>13</sup> Hal tersebut digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana

---

<sup>13</sup> Luttrell, Regina, 2015, *Social Media: How To Engage, Share, and Connect*, Rowman & Littlefield, hal:41.

pengelolaan akun Instagram @patriotdesa.Cirebon sebagai media informasi serta upaya dalam bentuk kegiatan *online public relations* pada program patriot desa yang merupakan bagian dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Jawa Barat.

a. *Share* (Membagikan)

Praktisi humas pada tahapan pertama ini perlu memahami bagaimana serta dimana saja khalayaknya melakukan interaksi, serta mengetahui media yang dipakai dalam menyebarkan konten. Hal tersebut sangat bermanfaat guna membangun kepercayaan serta menghubungkan interaksi dengan publiknya. Pada kegiatan *online public relations* ini humas melakukan penyusunan strategi terkait media sosial apa yang akan dipakai dalam penyebaran informasi serta berupaya dalam menciptakan komunikasi yang efektif dengan menggunakan media sosial tersebut. Pada tahapan ini patriot desa kabupaten cirebon membagikan informasi terkait program kegiatan serta informasi mengenai kegiatan *event* di wilayah cirebon.

1) *Participate*

Patriot desa kabupaten cirebon melakukan interaksi secara langsung dalam berkomunikasi dengan publik melalui media sosial serta memberitahukan bagaimana patriot desa kabupaten cirebon dalam pembuatan konten sehingga informasi yang akan disampaikan diterima baik oleh khalayak.

2) *Connect*

Pada tahapan *share* ini, patriot desa kabupaten cirebon membangun interaksi dengan khalayak

melaui pemanfaatan fitur-fitur media sosial instagram seperti berbalas komentar dan menjawab pesan yang masuk melalui akun instagram. Selain itu pembuatan konten yang menarik oleh patriot desa kabupaten cirebon dapat mempersuasi khalayak untuk membatu membagikan konten melalui media sosial yang dimiliki kepada orang lain.

### 3) *Build trust*

Pengelolaan media sosial instagram patriot desa kabupaten cirebon bertujuan untuk membangun kepercayaan publik terhadap konten informasi yang disebarkan melalui instagram tersebut valid mengenai kegiatan pemberdayaan masyarakat. Sehingga perhatian serta kepercayaan dari khalayak terhadap patriot desa kabupaten cirebon semakin tinggi.

## b. *Optimize* (Optimalisasi)

Tahapan kedua yaitu optimalisasi yang dimana pada tahapan ini terdapat perencanaan penting dalam komunikasi melalui media sosial dengan maksimal. Optimalisasi yang baik akan menciptakan sesuatu yang baik dari pesan, brand, serta value. Pada tahapan ini terdapat dua hal dalam pemanfaatan media sosial yaitu sebagai berikut:

### 1) *Listen and Lern*

Pada tahapan ini, pengelola media sosial Instagram harus dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh masyarakat dan mempelajari apa yang menjadi kebutuhan informasi di masyarakat.

Patriot desa kabupaten Cirebon dalam hal ini dapat memanfaatkan fitur pesan atau *direct message* serta kolom komentar pada akun instagram @patriotdesa.cirebon, sehingga dapat memantau mengenai informasi apa yang sedang dibutuhkan oleh publik.

## 2) *Take Part in Authentic Conversation*

Pada tahapan ini, pengelola Instagram perlu membangun hubungan komunikasi dua arah yaitu antara pengelola dengan khalayak publik. Pengelola menggunakan caption yang membangun narasi positif, dan penggunaan *hashtag* yang dapat menciptakan terjalinnya keterlibatan khalayak publik pada sosial media Instagram.

Dua hal tersebut dilakukan oleh patriot desa kabupaten Cirebon dengan cara memanfaatkan fitur yang tersedia pada instagram untuk perlu dioptimalisasikan agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh khalayak luas.

## c. *Manage* (Mengelola)

Pada tahapan ketiga yaitu *manage* yang merupakan aspek yang menjadi alat ukur apakah informasi yang disampaikan sudah optimal atau belum. Penyampaian informasi melalui media sosial memerlukan pengelolaan yang baik sebelum disebarkan kepada khalayak luas. Dalam tahap *manage*, pengelola media instagram @patriotdesa.cirebon dapat dengan mudah memantau tanggapan audiens melalui fitur yang tersedia sehingga

terjalin interaksi dengan publik. Luterell mengungkapkan terdapat tiga bagian penting dalam manage yaitu sebagai berikut:

1) *Media Monitoring*

Pada tahapan awal dalam melakukan manage yaitu dengan cara melakukan media monitoring. Kegiatan tersebut dilakukan dalam membantu melihat pemantauan perkembangan instagram pada followers, rentan usia followers, lokasi followers serta hal tersebut juga dapat mengetahui jumlah like serta komentar terbanyak. Fitur yang digunakan dalam hal tersebut pada instagram yaitu fitur insight.

2) *Quick Response*

Pada tahapan kedua dalam manage ini yaitu respon cepat yang perlu dilakukan oleh pengeola pada setiap pertanyaan yang diajukan oleh khalyak pablik yang masuk pada instagram. Sehingga terdapat fitur notifikasi yang dapat digunakan dalam hal ini. Pengelola dapat mengaktifkan fitur notifikasi sebagai cara untuk berkomunikasi dengan para followersnya.

3) *Real Time Interaction*

Pada tahapan terakhir dalam manage ini yaitu pengelola perlu melakukan interaksi secara terus menerus dengan para followers secara baik, hal tersebut tidak terlepas dari respon yang diberikan pengelola instagram kepada khalayak publik.

d. *Engage* (Melibatkan)

Tahapan terakhir yaitu engage yang merupakan aspek penting yang menjadi fokus dalam membangun hubungan serta kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial. Engage juga memiliki pengaruh dalam menarik khalayak sehingga dapat menaikkan angka *followers* serta menunjang konten dengan jangkauan yang luas. Sehingga pada tahapan ini pengelola instagram @patriotdesa.cirebon selalu menjalin interaksi dengan baik kepada khalayak untuk menciptakan citra positif instansi. Terdapat dua hal yang terlibat dalam tahapan engage yaitu:

1) *Influencer Relation*

Pengelola instagram dalam menarik perhatian publik dapat dilakukan dengan melakukan kolaborasi dengan pembicara yang diundang dalam even atau *talkshow*. Pembicara yang diundang memiliki keterkaitan latar belakang atau pengalaman yang sama dengan tema yang akan dibicarakan. Sehingga dengan hal tersebut tentunya dapat membangun kepercayaan publik serta citra positif pemerintahan.

2) *Where is Audiece*

Pada tahapan ini, keterlibatan dapat dilihat dari adanya interaksi yang terjalin antara pembicara dengan para audiens yang saling bertanya jawab dari *followers*.

3) *How do I Reach them*

Pada tahapan ini, tim pengelola melakukan interaksi dengan audiens dalam keterlibatan konten atau postingan di instagram.