

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital saat ini, masyarakat ditawarkan berbagai fasilitas yang ada di sebuah institusi atau perusahaan. Tentunya untuk sampai ke masyarakat memerlukan bantuan dari public relations atau humas. Keberadaan humas dinilai penting karena akan menjadi jembatan atau penghubung komunikasi antara publik dan instansi. Departemen humas juga berperan untuk membangun kepercayaan publik melalui kualitas pelayanan informasi tersebut, supaya citra yang telah terbangun pada instansi tersebut bisa terjaga dan menjadi tolak ukur majunya dari sebuah instansi.

Pada hakikatnya, public relations atau humas adalah suatu bentuk manajemen yang berperan dalam membangun, menjaga dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang dapat memengaruhi keberhasilan maupun kegagalan suatu instansi. Untuk menjalankan peran ini secara efektif, seorang humas perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik serta mampu menjalin hubungan positif dengan masyarakat. Komunikasi menjadi kunci utama dalam praktik kehumasan, dimana praktisi humas dituntut untuk mampu menciptakan kesan positif kepada pihak yang berinteraksi dengan instansi, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan publik yang tinggi demi kelangsungan instansi. Oleh sebab itu, humas juga berperan sebagai penyampai informasi kepada publik dengan cara yang jelas, tepat, dan terstruktur.

Menurut Dakir dalam Muhammad Wildan et al praktisi humas memiliki tanggung jawab yang besar dalam melaksanakan tugasnya di sebuah institusi atau perusahaan yang mencakup komunikasi tertulis, lisan, menyampaikan informasi, dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada masyarakat sehingga masyarakat puas dengan layanan yang telah ditawarkan oleh instansi tersebut, tidak lupa menjelaskan berulang jika terdapat kesalahan pemahaman karena dipastikan semua tugas yang dilakukan oleh humas itu harus sudah jelas dan tepat sasaran.¹

Tentunya tidak semua pengelolaan humas berakhir dengan baik, ada kalanya berakibat buruk pada instansi dan paling fatal dapat mempengaruhi beberapa kegiatan yang berhubungan dengan publik atau stakeholder penting. Ini membuat mau tidak mau praktisi humas menangani masalah krisis dan penanganan harus dilakukan sampai pada penemuan solusi yang harapannya kedepannya tidak akan terulang kembali. Oleh karenanya diperlukan pengelolaan yang baik dan optimal sehingga dapat memberikan hasil serta perubahan yang baik terhadap instansi yang bersangkutan.²

Pelayanan publik merupakan suatu peristiwa yang kerap menjadi perbincangan di tengah masyarakat dan tanpa sengaja bagian dari kehidupan sehari-hari. Tujuan dibentuknya pelayanan publik sendiri adalah untuk melaksanakan peran negara dalam memberikan pelayanan kepada warga negaranya dan sudah menjadi tujuan hidup bermasyarakat karena pelayanan publik mempunyai ruang

¹ Muhammad Wildan A, Hinggil P, Ceceng S.H, “*Peran dan Strategi Humas Dalam Meningkatkan Layanan Informasi di MAN 1 Bekasi*”, Indonesian Research Journal on Education, 4(1), 2024, hal.247.

² Yuli Supriani, “*Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah*”, JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 5(2), 2022, hal.588.

tersendiri dan memang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan sosial.³

Adapun pada konsep pelayanan publik, pelayanan publik juga diartikan sebagai aktivitas yang berkaitan dengan kepentingan publik yang tugasnya melayani kebutuhan publik. Pelayanan publik dilakukan sebagaimana dengan ketentuan yang berlaku dan masyarakat berhak diberikan pelayanan pada semua aspek pelayanan dasar yang dibutuhkan oleh masyarakat.⁴

Museum Sonobudoyo merupakan salah satu museum yang berada di Yogyakarta dan memiliki kekayaan koleksi sejarah serta nilai budaya ilmiah yang tinggi. Museum Sonobudoyo didirikan pada 06 November 1935 atas prakarsa Java Institut dan diresmikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono VIII. Tugas utama Museum Sonobudoyo mencakup pelestarian, pengumpulan, perawatan, kegiatan penelitian, layanan perpustakaan, pembimbingan edukatif kultural, serta penyajian koleksi benda-benda bersejarah. Museum ini juga berperan sebagai unit pelaksana teknis daerah di bawah naungan Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai museum yang menjunjung tinggi nilai budaya ilmiah, Museum Sonobudoyo perlu menyesuaikan strategi komunikasinya agar mampu menarik perhatian publik, khususnya generasi muda yang belum begitu akrab dengan dunia permuseuman. Diperlukan perencanaan yang efektif supaya informasi yang disampaikan nantinya dapat diterima dengan baik. Kemudian

³ Junita N.H & Durinta P, "Strategi Humas dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Publik Melalui KUBERSERI di Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban", 3(3), 2024, hal.168.

⁴ Rofi'ah N, *Strategi Manajemen Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2024), hlm.5.

menginformasikan jika terdapat perubahan informasi supaya tidak terjadi kesalahpahaman informasi, pada peran ini penting untuk bisa berkomunikasi dengan baik dan rasional.⁵

Salah satu alasan mengapa memilih Museum Sonobudoyo adalah karena museum ini mengangkat empat kebudayaan yang ada di Indonesia yaitu Jawa, Madura, Bali, dan Lombok. Ini menjadi keunikan Museum Sonobudoyo dari museum yang lainnya di Yogyakarta. Tidak hanya melihat pameran yang dikoleksi, pengunjung juga dapat melihat pagelaran wayang kulit, pagelaran wayang topeng panji, bioskop sonobudoyo, dan pagelaran kesenian kerakyatan. Meskipun demikian, masih terdapat kendala dan tantangan yang harus dihadapi, misalnya dalam hal penyampaian informasi yang efektif kepada publik. Ada beberapa pengunjung yang menyampaikan kurangnya informasi yang memadai mengenai koleksi yang terdapat di pameran, seperti minimnya penjelasan pada beberapa artefak atau label. Oleh karena itu, peran humas sangat diperlukan untuk membantu menjembatani komunikasi antara museum dengan publik.⁶

Hasil survei terkait indeks kepuasan masyarakat diukur untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap suatu layanan. Untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan dibutuhkan angka indeks yang didapatkan dari angka persepsi masyarakat terhadap layanan dari pemerintah yang memiliki empat tingkat

⁵ Museum Sonobudoyo, 2025, *Sejarah*, <https://sonobudoyo.jogjapro.go.id/id/museum/sejarah>, diakses pada tanggal 08 Mei 2025.

⁶ Sony S & Widya Nayati, "Pengalaman Pengunjung Di Museum Sonobudoyo dan Strategi Peningkatannya", 9(1), 2020, hal.18.

kategori. Kategori jawaban diberi nilai 1 (satu) sampai 4 (empat) dimulai dengan tingkat kurang baik sampai dengan tingkat sangat baik.⁷

| No | Jenis Indeks Kepuasan Masyarakat | Nilai | Keterangan |
|------------------|--|--------|------------|
| 1. | Layanan Informasi Publik | 84,333 | Baik |
| 2. | Layanan Pengaduan | 82,250 | Baik |
| 3. | Layanan Penelitian/Kajian/Tugas Kuliah/Tugas Sekolah | 86,560 | Baik |
| 4. | Layanan Kunjungan Museum | 83,796 | Baik |
| 5. | Layanan PKL/Magang | 81,675 | Baik |
| 6. | Layanan Kunjungan Perpustakaan | 86,711 | Baik |
| 7. | Layanan UPTD Museum Negeri Sonobudoyo | 84,221 | Baik |
| Rata-Rata | | 84,22 | Baik |

Tabel 1. 1 Indeks Kepuasan Masyarakat

Sumber Data Museum Sonobudoyo

Hasil survei menunjukkan bahwa layanan informasi publik pada Museum Sonobudoyo memperoleh indeks kepuasan masyarakat sebesar 84,333 atau dalam standar nilai interval konversi IKM 76.61 - 88.30 dan standar nilai interval IKM 3.0644 - 3.532 masuk dalam kategori B atau baik. Namun karena belum mencapai kategori A atau sangat baik masih terdapat ruang untuk melakukan perbaikan. Ini mengindikasikan masih ada potensi perbaikan pada layanan informasi publik Museum Sonobudoyo yang tergolong dalam kategori Baik. Masih ada beberapa

⁷ Museum Sonobudoyo, 2025, *Indeks Kepuasan Masyarakat*, <https://sonobudoyo.jogjaprovo.go.id/id/layanan/petunjuk/indeks-kepuasan-masyarakat>, diakses pada tanggal 18 Mei 2025.

aspek pada pelayanan yang bisa ditingkatkan, khususnya dalam memberikan informasi. Dalam hal ini, humas berperan penting untuk membantu mengatasi minimnya komunikasi dan memastikan kembali sistem penyampaian informasi sehingga dapat menghasilkan fasilitas informasi yang lebih ramah dan inklusif bagi semua kalangan publik.

Layanan informasi publik pada Museum Sonobudoyo dijalankan secara online melalui media sosial Instagram. Instagram merupakan salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh instansi pemerintah dan lembaga publik untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi kepada publik, diperkuat lagi dengan data pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Januari 2025 sebesar 90,183,200 pengguna yang mana ini setara dengan 31.8% dari total populasi penduduk dari Indonesia.⁸

Kemudian pada faktanya yang terjadi di lapangan, meskipun Museum Sonobudoyo sudah memanfaatkan Instagram sebagai saluran informasi, hasil observasi awal peneliti menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan belum sepenuhnya optimal. Salah satu temuan di lapangan adalah tersedianya banyak konten yang telah disiapkan oleh tim, namun belum terdapat alur atau sistem yang jelas dalam menentukan prioritas unggahan. Hal ini menyebabkan kebingungan dalam memutuskan konten mana yang harus diunggah terlebih dahulu, sehingga berdampak pada inkonsistensi informasi yang diterima publik.

⁸ Niko Julius, 2025, *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025 Bagaimana Data Demografis Pengguna Instagram di Tingkat Global? Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025*, <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>, diakses pada tanggal 24 Juni 2025.

Selain itu, ditemukan juga adanya ketidakefektifan dalam pengelolaan komunikasi internal oleh tim humas. Hal ini juga menghambat kelancaran arus informasi antara institusi publik dan masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait strategi humas terhadap pelayanan informasi secara digital dengan judul "Strategi Humas dalam Pelayanan Informasi Kepada Publik Melalui Instagram @Sonobudoyo Museum Sonobudoyo Yogyakarta". Penelitian ini penting dilakukan karena peneliti ingin melihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh humas Museum Sonobudoyo dalam pelayanan informasi kepada publik melalui media sosial Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, timbul permasalahan yang menarik minat penulis untuk melakukan penelitian. Harapannya melalui penelitian ini penulis dapat menjawab permasalahan dengan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana Strategi Humas dalam Pelayanan Informasi Kepada Publik Melalui Instagram @Sonobudoyo Museum Sonobudoyo Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu :

Untuk mengetahui secara mendalam strategi humas dalam pelayanan informasi kepada publik melalui Instagram @sonobudoyo museum sonobudoyo yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada ranah kehumasan, dengan menyoroti strategi komunikasi yang dijalankan melalui media sosial Instagram dan bidang layanan informasi publik pada sebuah institusi atau perusahaan terkait.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak. Bagi Museum Sonobudoyo, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pelayanan informasi melalui media sosial Instagram, dengan merumuskan strategi humas yang lebih efektif dan terarah. Hal ini juga berkontribusi pada peningkatan citra positif museum serta menarik lebih banyak pengunjung.

Bagi publik, penelitian ini diharapkan dapat mendorong tersedianya informasi yang lebih mudah diakses dan lebih responsif. Bagi praktisi kehumasan, temuan ini dapat menjadi referensi dalam menyusun strategi komunikasi digital yang tepat sasaran. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi,

khususnya pada bidang humas terkait peningkatan efektivitas media sosial Instagram sebagai kanal informasi publik.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah suatu pandangan yang bersifat fundamental yang menjadi pokok persoalan dalam suatu ilmu pengetahuan. Paradigma sendiri membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang semestinya, merumuskan apa saja yang perlu dipahami, dan pedoman apa yang akan digunakan untuk menafsirkan jawaban yang didapat.⁹ Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang berfokus pada konstruksi sosial dari realitas, realitas tidak hanya dibentuk oleh fakta melainkan pada makna dan interpretasi individu serta interaksi sosial.¹⁰ Pada penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan untuk menggali lebih dalam mengenai perbedaan pandangan, pemahaman, serta mengidentifikasi kendala yang tidak tampak secara eksplisit. Kendala yang tidak tampak secara eksplisit ini seperti ditemukannya masalah humas yang lain pada saat survei langsung ke lapangan.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang hasil datanya tidak berupa angka atau

⁹ Abdul Fattah N, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Harfa Creative, 2023), hlm.33.

¹⁰ Wahyuddin S et al, *Metode Riset Kualitatif*, (Sumatera Barat: Get Press Indonesia, 2023), hlm.3.

tidak melibatkan data statistik.¹¹ Sedangkan pendapat lain terkait penelitian kualitatif ialah penelitian yang tidak membutuhkan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi melainkan menghasilkan prosedur analisis.¹² Jenis penelitian kualitatif yang digunakan ialah deskriptif kualitatif. Alasan menggunakan ini karena untuk mendeskripsikan dan memahami strategi humas secara mendalam, termasuk dengan langkah-langkah yang diambil. Kemudian menggali makna dari strategi komunikasi yang digunakan.

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak yang memberi data atau informasi terkait penelitian. Subjek bisa berupa individu, organisasi, kelompok sosial, komunitas atau bahkan objek konkret seperti dokumen tertentu.¹³ Dalam penelitian ini subjek penelitian yang digunakan ialah pihak internal. Kriteria subjek dalam penelitian ini terdiri dari orang-orang yang terlibat dalam melakukan pelayanan informasi kepada publik, kemudian fungsi dan tugas humas dijalankan oleh divisi bimbingan informasi dan preparasi serta vendor agency. Divisi bimbingan informasi dan preparasi terlibat dalam tugas dan fungsi humas seperti pengelolaan media sosial dan pembuatan publikasi online. Sedangkan bagian vendor

¹¹ Yuli Supriani, “Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah”, *JIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 2022, hal.588.

¹² Ipa Hafsiah Yakin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Garut: CV. Aksara Global Akademia, 2023), hlm.5.

¹³ Amtai Alaslan et al, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2023), hlm.86.

agency terlibat dalam tugas dan fungsi humas seperti pengelolaan dan perencanaan konten di media sosial Instagram, menanggapi keluhan pengikut dari Instagram @sonobudoyo, menyoroti kebutuhan audiens, dan membuat ide konten terkait perencanaan konten. Sehingga subjek penelitian ini adalah Ibu Wismarini, SE. M.Hum selaku kepala seksi bimbingan informasi dan preparasi, kedua Elsa Maudy Trinastiti selaku tim dari vendor agency media sosial Instagram @sonobudoyo.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fokus utama yang dijadikan sasaran atau pusat perhatian dalam penelitian. Objek penelitian bisa berupa proses, masalah, fenomena, atau variabel yang dipakai dalam penelitian yang kemudian dijelaskan oleh peneliti. Adapun objek yang dipakai pada penelitian ini adalah Museum Sonobudoyo Yogyakarta karena peneliti ingin mengkaji strategi humas dalam pelayanan informasi kepada publik melalui Instagram di instansi tersebut.

1.6 Jenis Data

Pada penelitian ini sumber data penelitian diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Data primer dibentuk dari data langsung yang diambil dari objek yang akan diteliti, dapat berupa tanggapan, kritik, pernyataan atau penilaian langsung konsumen sebagai responden, serta hasil dari pengamatan yang dilakukan langsung dari penyampaian informasi yang disampaikan oleh seorang praktisi humas. Sedangkan data pendukung lain yang diperoleh melalui buku, jurnal ilmiah dan literatur lain disebut dengan data sekunder. Dengan demikian peneliti akan

menjelaskan secara detail terkait strategi humas dalam pelayanan informasi kepada publik melalui Instagram @sonobudoyo Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Adapun dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti guna untuk memperoleh data secara real dengan memperlihatkan subjek penelitian atau keadaan di lapangan. Proses memperoleh data fenomena yang terjadi itu berkaitan dengan waktu, proses, dan keadaan yang mana itu dapat menghasilkan informasi secara kontekstual. Dalam proses keterlibatan yang melahirkan keadaan nyata, peneliti dapat melihat secara langsung pihak yang terlibat dalam kejadian yang terjadi tersebut.¹⁴ Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan mengamati proses pelayanan informasi, seperti cara pengunjung mendapatkan informasi terkait koleksi museum dan mengamati kegiatan promosi atau acara yang diselenggarakan oleh humas museum sonobudoyo.

¹⁴ Agustini et al, *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif)*, (Deli Serdang: PT. Mifandi Mandiri Digital, 2023), hlm.86.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab yang dilakukan untuk bertukar informasi mengenai topik tertentu yang diperoleh dari hasil makna yang telah dibentuk sebelumnya. Sedangkan menurut Zuriah dalam Endah M et al wawancara adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui pertanyaan yang diajukan secara lisan dalam bentuk percakapan. Teknik observasi sering dikombinasikan dengan wawancara mendalam untuk memperoleh informasi yang lebih tepat dan menyeluruh. Data yang diperoleh melalui observasi kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan wawancara mendalam guna menghasilkan data yang akurat dan lebih terperinci.¹⁵

Pada penelitian ini jenis wawancara yang akan digunakan ialah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur ialah wawancara yang digunakan jika pengumpul data telah menemukan permasalahan secara terbuka, dimana responden yang akan diwawancara akan diminta ide-ide dan pendapat kemudian telah menggunakan pedoman pertanyaan yang disusun tetapi tetap memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk menggali informasi lebih dalam.¹⁶ Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan secara langsung kepada kepala seksi bimbingan informasi dan preparasi dan vendor agency.

¹⁵ Endah M et al, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023), hal.13.

¹⁶ Feny R et al, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm.53.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara untuk mendapatkan informasi baik berupa visual, verbal maupun tulisan. Cara pengumpulan data dalam dokumentasi ini bisa melalui peninggalan tertulis seperti arsip, misalnya buku tentang teori, pendapat atau hukum yang berhubungan dengan masalah penelitian.¹⁷ Pada penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara meneliti dan mengumpulkan data dari sumber-sumber tertulis dan arsip, seperti laporan kegiatan humas, brosur publikasi, dokumen kebijakan yang berkaitan dengan pelayanan informasi publik dan mendokumentasikan berita, artikel atau publikasi terkait pelayanan informasi museum.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu upaya yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memilih data pasti, mensintetis data, mengambil data penting yang bisa disampaikan kepada orang lain dan mencari data yang lain ialah pengertian dari analisis data. Upaya mencari data diartikan sebagai data yang didapatkan di lapangan dengan berbagai persiapan pralayanan dan kemudian menata data tersebut agar lebih sistematis, lalu mencari makna dari topik yang diteliti tersebut.¹⁸ Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini memakai analisis

¹⁷ Feny R et al, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm.14.

¹⁸ Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.REMAJA ROSDAKARYA, 2012), hlm.248.

data dari Miles dan Huberman dalam Sugiyono, dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu:¹⁹

1.8.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pada tahap pertama ini atau reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada hal-hal penting serta tema dan kemudian membuang data yang tidak diperlukan. Meringkas semua hasil pengumpulan data ke dalam konsep, kategori, dan tema-tema, itulah yang dinamakan kegiatan reduksi data. Kompleksitas permasalahan pada saat pengumpulan data juga bergantung pada ketajaman analisis peneliti.²⁰

1.8.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Tahap kedua ini atau penyajian data bertujuan agar visibilitas data terlihat jelas, oleh karenanya dibutuhkan penyajian data atau penampilan data yang bisa disederhakan dengan grafik, chart, format rapi dan sejenisnya.

1.8.3 Menarik Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahapan terakhir atau menarik kesimpulan berarti mulai adanya penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap ini, kesimpulan dibagi menjadi dua jenis, yaitu kesimpulan awal dan kesimpulan kredibel. Kesimpulan awal ialah kesimpulan yang datanya masih bisa berubah dan sifatnya masih sementara. Sedangkan kesimpulan kredibel ialah kesimpulan

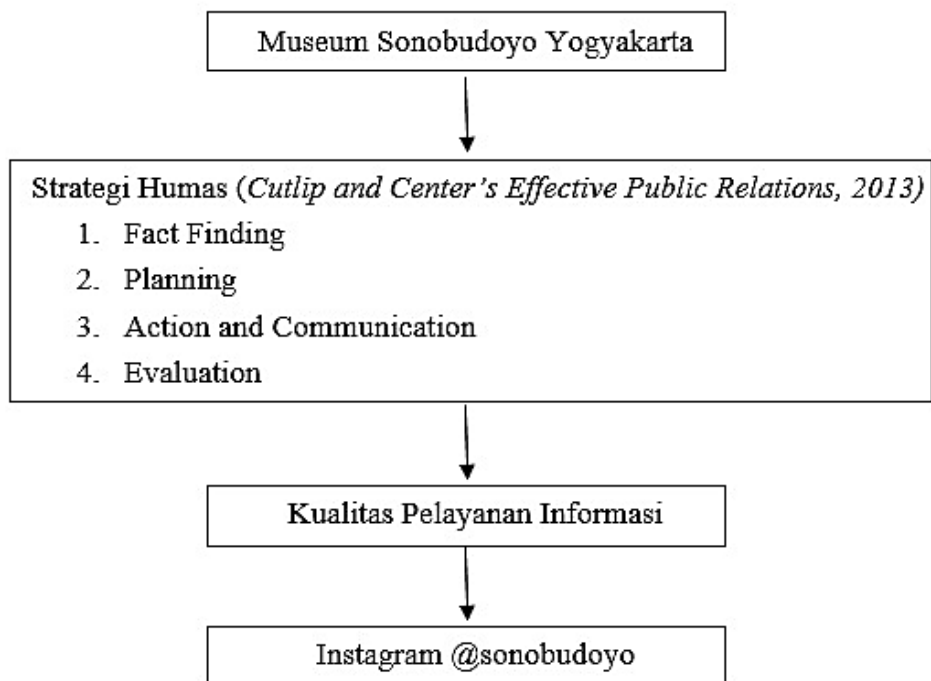
¹⁹ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Harfa Creative, 2023), hlm.132-133.

²⁰ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif", *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 2018, hal.91-92.

yang hasil datanya dapat diandalkan dan dipercaya atau kegiatan peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka dapat dikatakan kesimpulan tersebut sudah valid atau kredibel.

1.9 Kerangka konsep, Definisi Konsep dan Operasional Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1. 1 Kerangka Konsep

1.9.2 Definisi Konsep

a. Strategi Humas

Humas secara umum diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang menyebarkan atau mencari informasi dari satu instansi dengan instansi yang

lain atau publik, atau dalam hal lain antara instansi dengan staff yang ada didalamnya bersama dengan publik dan pihak eksternal yang berkaitan dengan instansi tersebut. Dalam suatu perusahaan atau instansi pasti membutuhkan posisi humas, baik itu organisasi pemerintah maupun organisasi non pemerintah. Kunci penting dari hubungan masyarakat (Humas) ialah komunikasi timbal balik (komunikasi dua arah) karena humas sebagai narahubung informasi antara instansi dengan anggota sendiri atau antara instansi dengan media atau community partner.

Adapun pendapat yang dikemukakan oleh Cutlip, Center & Broom, menjabarkan bahwa strategi hubungan masyarakat (humas) memiliki empat bagian, antara lain *fact finding, planning, action and communication, dan evaluation*:²¹

1. *Fact Finding*

Pada tahap ini pihak-pihak yang memiliki pengaruh di dalam organisasi maupun instansi pemerintahan akan diamati, termasuk pendapat, perilaku, sikap, serta penguasaan mereka terhadap ilmu pengetahuan.

2. *Planning*

Pada tahap perencanaan strategi humas memiliki peran penting untuk membina komunikasi yang efektif dan mulai menentukan

²¹ Glen M. Broom & Bey-Ling Sha, *Cutlip and Center's Effective Public Relations*, (Boston: Pearson Education, 2013), hlm.562-563.

masalah sebagai langkah pertama yang digunakan untuk melakukan tindakan, mengelola strategi komunikasi, dan menyusun tujuan.

3. *Action and Communication*

Tahapan ini menjelaskan bahwa adanya aksi dan tindakan komunikasi dari hasil perencanaan yang sudah dirancang guna mencapai tujuan perusahaan tertentu yang belum tercapai.

4. *Evaluation*

Pada tahap terakhir atau evaluasi dilakukan penilaian yang diukur dari persiapan, pelaksanaan, dan hasil-hasil program yang telah terlaksana yang harapannya dapat diterima dengan baik atau belum oleh publik.

b. Pelayanan Informasi Publik

Menurut Pasolong dalam Rahman Tanjung et al mendefinisikan pelayanan publik ialah suatu aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah kepada sejumlah manusia yang memiliki kepentingan dalam suatu komunitas atau kesatuan, dengan tujuan untuk memberikan kepuasan meskipun tidak selalu menghasilkan produk fisik secara langsung.²² Dapat dikatakan bahwa pelayanan publik ialah suatu aktivitas atau bentuk jasa yang diberikan kepada orang lain yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan orang lain dan harapannya dari pelayanan yang diberikan tersebut dapat tercapai kepuasan pelayanan.

²² Rahman Tanjung, dkk, *Manajemen Pelayanan Publik Era 4.0*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022), hlm.8.

c. Instagram

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto maupun video, menambahkan filter digital, serta membagikan hasilnya ke berbagai jejaring sosial, termasuk pada akun pribadinya. Salah satu keunggulan utama dari Instagram adalah tersedianya berbagai jenis filter yang dapat digunakan oleh pengguna secara langsung untuk memperindah tampilan foto dan video. Aplikasi ini dapat dioperasikan pada perangkat berbasis sistem operasi iOS dan Android, serta dapat diunduh melalui Apple App Store maupun Google Play Store.²³

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

| Konsep | Dimensi dan Definisi | Aspek yang Digali |
|--|--|--|
| Strategi Humas (Cutlip and Center, 2013) | <i>Fact Finding</i> Pada tahap ini terjadi pengumpulan informasi awal yang mencakup kondisi internal museum dan | 1. Prosedur pengumpulan informasi sebelum merancang konten Instagram. 2. Permasalahan internal dalam pengelolaan urutan konten digital. |

²³ Nabila Rizky E.P et al, "Strategi Komunikasi Humas Polres Bogor Sebagai Layanan Informasi Melalui Media Sosial Instagram", Jurnal Ilmu Komunikasi, 14(2), 2024, hal.15.

| | |
|---|--|
| <p>pengumpulan informasi sebelum merancang konten.</p> | |
| <p><i>Planning</i></p> <p>Tahap perencanaan strategi komunikasi yang mencakup penyusunan tujuan, penjadwalan konten, serta keterlibatan tim.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Peran kolaboratif tim humas dan vendor dalam menyusun perencanaan konten. 2. Pemetaan tujuan strategis dan integrasi program dalam perencanaan media sosial. |
| <p><i>Action and Communication</i></p> <p>Tahap pelaksanaan komunikasi melalui berbagai bentuk konten di Instagram, dengan tujuan menyampaikan informasi museum secara menarik.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementasi unggahan konten sesuai rencana (desain narasi visual dan verbal). 2. Respons terhadap komentar atau DM dan penanganan keluhan audiens. |

| | | |
|-----------------------------------|--|---|
| | <p><i>Evaluation</i></p> <p>Tahap evaluasi ini tentang strategi komunikasi yang telah dilakukan, respons publik melalui data seperti insight Instagram.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyesuaian strategi konten berdasarkan hasil evaluasi. 2. Evaluasi performa konten berdasarkan data insight Instagram. |
| <p>Pelayanan Informasi Publik</p> | <p>Pelayanan publik merupakan bentuk jasa atau aktivitas yang dilakukan oleh lembaga atau institusi untuk memenuhi kebutuhan serta kepentingan masyarakat. Dalam penelitian ini, pelayanan diartikan sebagai penyampaian informasi kepada masyarakat oleh Museum Sonobudoyo melalui strategi humas yang dijalankan di media sosial Instagram @sonobudoyo. Dengan demikian, penyampaian informasi melalui platform digital menjadi salah satu bentuk strategi institusi untuk memperluas akses informasi dan memperkuat hubungan dengan publik.</p> | |
| <p>Instagram</p> | <p>Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang dimanfaatkan oleh humas Museum Sonobudoyo sebagai sarana pelayanan informasi publik. Dengan adanya fitur-fitur seperti foto, video, filter digital, serta highlight dapat digunakan untuk memperkuat daya tarik konten. Jumlah pengikut (<i>followers</i>) juga mencerminkan sejauh mana informasi diterima oleh publik, karena</p> | |

| | |
|--|--|
| | pengguna mengikuti akun tersebut untuk mendapatkan informasi terkini yang dianggap relevan dan bermanfaat. |
|--|--|