BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Membahas mengenai media online masa kini, tidak bisa lepas dari fenomena *social network site* (situs jejaring sosial). Kemunculan jejaring sosial atau media sosial membuka ruang interaksi yang lebih luas bagi pengguna internet. Media sosial menjadi salah satu fitur berbasis teknologi internet yang paling banyak dikunjungi di seluruh dunia. Di Indonesia, 28% atau sebanyak 72,7 juta penduduknya merupakan pengguna aktif internet.[1]

Jejaring sosial dan mesin pencari memiliki peluang bisnis yang sangat baik. Tren justru memperlihatkan orang yang berumur lebih dsri 50 tahun pun, mulai gemar berinternet dan memiliki akun jejaring sosial. Dimulai dari tahun 2009 dan seterusnya adalah tahun keemasan jejaring sosial, bahkan berbagai *website* harus terintegrasi ke jejaring sosial jika ingin meningkatkan pengunjungnya.[2] Pertumbuhan yang signifikan perihal internet di Indonesia dimotori oleh popularitas facebook. Orang-orang dari latar belakang profesi, pendidikan, dan usia, mulai beralih menggunakan layanan internet sebagai sarana berkomunikasi. Lebih dari 250 juta masyarakat di Indonesia, sekitar +/- 40 juta pengguna internet, dan +/- 39

[1] imago.dailysocial.net (diakses 01 September 2015)
[2] Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media*, (Jakarta: Elek Media Komputindo, 2015), Hlm. 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juta orang menggunakan facebook. Di tahun 2000, pengguna internet hanya 2 juta orang dan melambung hingga +/- 40 juta di tahun 2014.[3]

Saat ini Indonesia menjadi jawara sebagai negara dengan pemilik akun media sosial terbanyak di dunia. Facebook merupakan media sosial yang paling populer dimiliki oleh penduduk Indonesia, disusul Twitter, google+ dan Instagram. Banyaknya pengguna media sosial ini dapat dikaitkan dengan ketertarikan generasi muda terhadap media sosial tersebut. sekitar 90% user berusia dibawah 35 tahun, dan yang paling aktif ialah pelajar dan mahasiswa.[4]

Hasil studi terbaru yang dilakukan oleh Piper Jaffray, perusahaan layanan investasi bank dan manajemen aset menunjukkan bahwa instagram ternyata lebih populer daripada *facebook* dan *twitter* dikalangan remaja. Dalam studi tersebut sebanyak 7500 remaja diminta pendapatnya tentang jejaring sosial mana antara *facebook*, *twitter*, dan *instagram* yang paling penting bagi mereka. Hasilnya, instagram menduduki peringkat teratas di dua jejaring sosial lainnya. Adapun *facebook* dan *twitter* masih digunakan oleh remaja untuk sekedar melihat-lihat dan menyapa teman.[5]

Peneliti memilih instagram sebagai bahan penelitian ini karena melihat dari fenomena saat ini rata-rata anak muda memiliki akun instagram.

Saat ini Pemerintah Kota Surabaya menggunakan Instagram sebagai salah satu sarana untuk mempublikasikan Surabaya selain media-media

---

[3] Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial Media*, ..., Hlm. 4.
[4] www.trenologi.com (diakses 01 September 2015)
[5] www.marketing.co.id/remaja-lebih-suka-instagram-daripada-facebook/. (diakses 08 September 2015)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

offline lainnya. Hal ini yang membuat peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut, yaitu ketika sebuah pemerintahan mempublikasikan suatu daerahnya dengan menggunakan media sosial. Agar pembahasan penelitian nantinya tidak terlalu meluas, batasan pada penelitian ini adalah tentang Instagram sebagai media publikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya terkait postingan-postingan yang memikat para pengikut dan hal apa saja yang dapat dilakukan melalui Instagram untuk mendukung publikasinya.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai instagram sebagai media publikasi yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya pada akun instagramnya @humaskotasurabaya.

B. Rumusan Masalah dan Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pertimbangan pemilihan Instagram sebagai media publikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya ?
2. Bagaimana pemrosesan pesan yang di tampilkan di Instagram oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya ?
3. Bagaimana hambatan dan dukungan yang ada dalam proses pembuatan pesan yang di tampilkan di akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya ?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa tujuan dari penelitian ini,

1. Untuk mengetahui pertimbangan pemilihan instagram sebagai media publikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui proses penggunggahan pesan pada akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui hambatan dan dukungan dalam proses pembuatan pesan yang ditampilkan di akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya.

D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat teoritis

a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan keilmuan bidang ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan publikasi melalui instagram sebagai terobosan baru seperti yang dilakukan oleh pihak Pemerintah Kota Surabaya.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur dan acuan bagi penelitian selanjutnya terkait instagram sebagai media publikasi pada Humas Kota Surabaya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pemerintahan kota lain dalam melakukan publikasi melalui media sosial instagram.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian mengenai media sosial telah banyak dilakukan. Sebagai bahan pembanding, peneliti menggunakan referensi penelitian berjudul "Jejaring Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif pada Akun Twitter @kalimilk)." Oleh Husni Mubarok mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2014.

Penelitiannya bertujuan untuk mendeskripsikan aktifitas jejaring sosial sebagai media komunikasi pemasaran pada akun twitter @kalimilk serta untuk mengkaji aktifitas komunikasi pemasaran melalui media sosial twitter yang dilakukan oleh @kalimilk. Perbedaan penelitian yang dikaukan oleh saudara Husni dengan peneliti ialah pada subyek penelitian, subyek penelitian pada penelitian yang dilakukan oleh Hunsi ialah admin @kalimilk dan beberapa konsumen kalimilk, sedangkan subyek pada penelitian ini ialah pihak-pihak yang terkait dalam pembuatan postingan yang diunggah oleh akun instagram pemerintah kota Surabaya. Perbedaan selanjutnya ialah obyek penelitian, Husni meneliti tentang aktifitas twitt pada akun twitter @kalimilk. Sementara penelitian ini obyeknya adalah mengenai strategi pemanfaatan instagram sebagai media publikasi yang dilakukan oleh pemerintah kota Surabaya. Persamaan penelitian Husni dengan peneliti ialah pada metode penelitian, yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaan selanjutnya ialah sama-sama meneliti tentang media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Definisi Konsep Penelitian

1. Instagram

Instagram adalah photo sharing yang sangat populer karena memiliki nilai tambah dalam hal efek-efek. Instagram menggunakan mekanisme menyerupai twitter, dimana anda bisa mem *follow* orang lain dan para penggemar bisa mem *follow* anda. Selanjutnya anda dapat bertukar komentar. Alasan paling tepat mengapa instagram populer adalah karena memiliki banyak efek instant yang menarik. Sebagian besar efek yang ada dalam aplikasi ini mampu mengubah foto apapun menjadi tampak lebih artistik. Selain itu instagram juga mendukung perekaman video yang bisa diberi efek-efek artistik.[6]

Instagram dalam penelitian ini yaitu salah satu media yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mempublikasikan Surabaya kepada khalayak umum baik itu yang beisikan tentang potret masyarakat Surabaya, makanan khas Surabaya, tempat-tempat bersejarah yang ada di Surabaya dan hal apa saja yang mengenai kota Surabaya dapat dipublikasikan melalui Instagram sehingga masyarakat asli Surabaya yang tidak tinggal di Surabaya tetap dapat melihat dan mengetahui infromasi tentang Kota Surabaya saat ini.

Instagram dalam penelitian ini yaitu media yang digunakan Pemerintah Kota Surabaya untuk mempublikasikan dan memberikan informasi-informasi apa saja mengenai Kota Surabaya kepada kahalayak umum.

---

[6] Jubilee Enterprise, *100 Aplikasi Android Plaing Dahsyat*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2013), hlm. 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Humas Pemerintah Kota Surabaya memanfaatkan instagram sebagai salah satu media publikasi mereka agar dapat dikenal lebih jauh kepada khalayak umum yang memiliki akun instagram.

Ada beragam fitur dalam instagram, antara lain :

a. *Follower*, fitur ini memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi antara sesama pengguna instagram.
b. Kamera, foto yang telah diambil melalui instagram dapat diolah dengan pengaturan yang tersedia. Ada 16 efek foto yang bisa digunakan untuk mempercantik foto.
c. Judul foto, berfungsi untuk memberikan judul, menambah lokasi foto dan memberikan narasi pada foto tersebut.
d. *Arroba* (@), digunakan untuk menautkan pengguna lain. Dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan nama akun instagram orang lain.
e. Label foto atau *hashtag* (#), sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan "kata kunci" tertentu. Label atau hashtag banyak digunakan untuk melakukan publikasi dan promosi (komersil maupun non-komersil) agar foto tersebut dapat dengan mudah ditemukan dan semakin populer.
f. Tanda suka *(love*), sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai sebuah foto. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan mamsuk ke halaman populer.
g. Populer, halaman populer merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia saat itu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa fitur yang terdapat pada instagram ini memudahkan pemilik akun instagram dalam mencari apapun dalam akun mereka termasuk ketika mereka ingin mengetahui tentang Surabaya, dapat langsung ditemukan dan mendapatkan informasi yang berupa foto.

2. Media Publikasi Humas Kota Surabaya

Publikasi tentunya menjadi salah satu cara membuat publik tahu tentang apa yang ingin dipublikasikan. Media publikasi dari satu instansi atau perusahaan dengan instansi atau perusahaan lain belum tentu sama. Media sosial dapat menjadi sarana publikasi yang ampuh.

Media publikasi di sini yaitu media yang digunakan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk memberikan informasi-informasi apapun yang terkait dengan Surabaya. Sarana atau alat yang digunakan oleh Pemerintah Kota Surabaya dalam mempromosikan Surabaya.

Dalam suatu perusahaan maupun instansi pemerintahan media publikasi sangat diperlukan. Media publikasi dapat melalui *online* maupun *offline*, media *offline* dari Pemerintah Kota Surabaya seperti penerbitan majalah Gapura untuk setiap bulannya yang dibagikan ke seluruh RW Kota Surabaya sedangkan untuk media *online* yang digunakan oleh Pemerintah Kota Surabaya salah satunya yaitu Instagram, seperti yang peneliti bahas dalam penelitian ini yaitu media *online* instagram yang digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam mempublikasikan Surabaya.

Humas Pemerintah Kota Surabaya memilih instagram sebagai media publikasi mereka karena instagram sistemnya seperti album digital

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

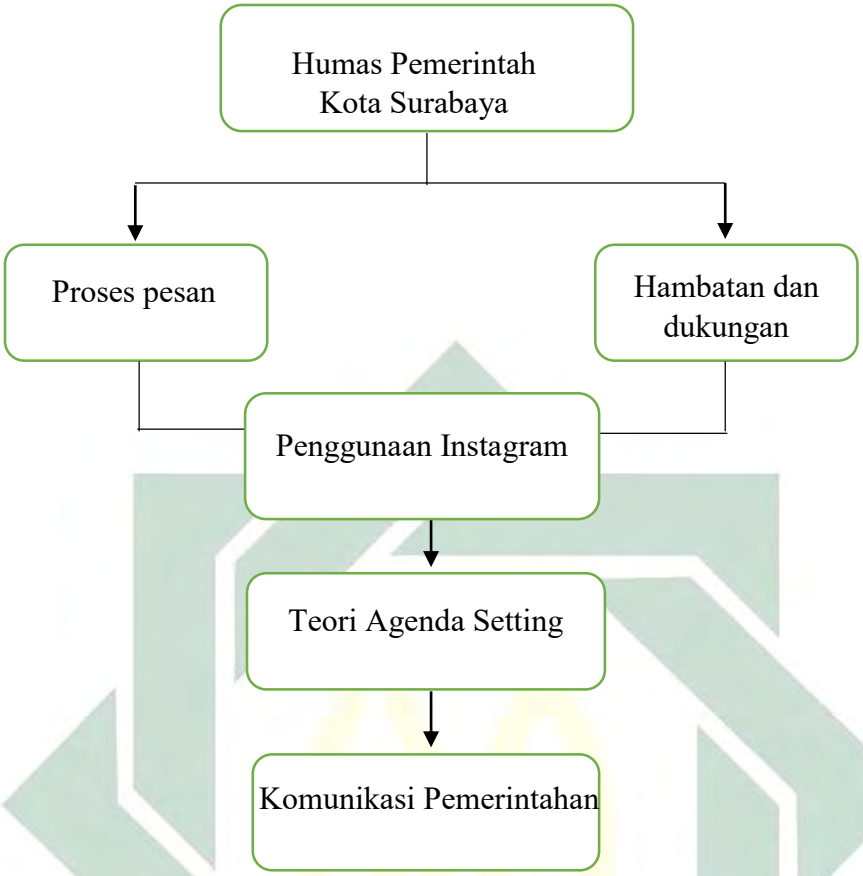
yang bisa dilihat oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja asalkan memiliki jaringan internet. Selain itu Humas Pemerintah Kota Surabaya memilih instagram sebagai salah satu media publikasi mereka karena seperti yang dilansir di republika.co.id popularitas instagram saat ini kian melejit. Aplikasi foto itu sekarang sudah digunakan lebih dari 50 juta orang didunia. Jika di rata-rata, lima juta pengguna sukses digaet perminggunya. Situs teknologi Mashable melansir Instagram diunduh 40 juta pengguna pada 13 April lalu, dan 30 juta pada awal bulan. Pertumbuhan ini sangat mengagumkan, mengingat aplikasi ini melakukan *start* awal mereka pada 2012 dengan 15 juta pengguna. Dibukanya keran untuk sistem operasi android, setelah dua tahun hanya bisa dinikmati oleh iphone, disebut-sebut menjadi salah satu pemicunya. Instagram juga menjadi aplikasi nomor satu di toko Ios App sejak dibeli oleh Facebook.[7]

Humas Pemerintah Kota Surabaya memilih instagram sebagai salah satu media publikasi mereka karena popularitas instagram yang semakin hari semakin melejit dan digandrungi oleh kebanyakan anak muda. Humas Pemerintah Kota Surabaya ingin lebih memperkenalkan Surabaya kepada khalayak umum tidak hanya kepada warga Surabaya saja, oleh karena itu Humas Pemerintah Kota Surabaya memakai beberapa media salah satunya yaitu Instagram.

[7] M.republika.co.id/berita/trentek/gadget/12/5/01/m3bt5f-instagram-kian-melejit-dengan-50-juta-pengguna (diakses 03 September 2015)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir



Kerangka penelitian di atas menggambarkan tentang alur berpikir penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berawal dari komunikasi pemerintahan yang terjalin di Humas pemerintah Kota Surabaya dalam proses penggunggahan pesan di akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya, selanjutnya untuk mengetahui proses pesan, hambatan dan dukungan apa saja yang terjadi sebelum penggunggahan pesan dalam akun Instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Agenda Setting peneliti memilih teori agenda setting karena dalam rumusan masalah dari penelitian ini membahas tentang media dan teori agenda setting yaitu teori yang membahas mengenai media.

Hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh publik merupakan salah satu jenis efek media massa yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

paling populer yang dinamakan dengan agenda setting.[8] Karen Siune dan Ole Borre (1975) melakukan penelitian untuk mengetahui kompleksitas agenda setting dalam pemilu di Denmark. Mereka mereka siaran TV dan radio yang menayangkan acara debat kandidat dan menghitung jumlah pernyataa yang dikemukakan para kandidat mengenai isu tertentu. Mereka juga mewawancarai 1.300 pemilih untuk mengetahui apa yang menurut mereka menjadi agenda publik. Dalam penelitian ini, Siune dan Borre menemukan tiga jenis pengaruh agenda setting yaitu : 1) representasi; 2) presistensi; 3) persuasi.[9]

Dari penjabaran sedikit mengenai teori agenda setting tersebut teori agenda setting dirasa cocok untuk digunakan dalam penelitianini karena penelitian ini membahas tentang media yang mana teori agenda setting yaitu teori yang juga berhubungan dengan media.

H. Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, istilah kualitatif tidak hanya lazim dimaknai sebagai jenis data, tetapi juga berhubungan dengan analisis data dan interpretasi atas objek kajian. Secara historis, implementasi penelitian kualitatif bermula dari pengamatan. Sebagai perbandingan, pada penelitian kuantitatif, pengamatan berkenaan dengan pengukuran tingkatan

[8] Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP, 2014) Hlm. 494.
[9] Ibid, hal.497.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan suatu ciri tertentu. Namun, penelitian kualitatif menunjuk pada segi alamiyah yang dipertentangkan dengan kuantum (jumlah). Menurut Bogdan dan Taylor (1993:30), metodologi kualitatif adalah prosedur peelitian yang menghasilkan data deskriptif kukalitatif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Menurut keduanya, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara memnyeluruh (holistik). Ini berarti bahwa individu tidak boleh di isolasi atau diorganisasikan ke variabel atau hipotesis, namun perlu di pandang sebagai bagian dari suatu keutuhan.[10]

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deksriptif, metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subyek penelitian pada suatu saat tertentu. Kata deskriptif berasal dari bahasa latin "*descriptivus*" yang berarti uraian. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian dan perilaku sbujek penelitian pada suatu periode tertentu. Penelitian kualitatif deksriptif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.[11] Alasan peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin menjelaskan secara mendalam mengenai strategi pemanfaatan media sosial instagram yang dilakukan oleh pemerintah kota Surabaya sebagai media publikasinya.

---

[10] Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2014), Hlm. 22

[11] Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: GP Press Group, 2013), Hlm. 10-11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam sebuah penelitian. Peran dari subyek penelitian yaitu memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Subyek pada penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dalam publikasi yang dilakukan humas pemerintah kota Surabaya melalui instagram.

Berikut ini adalah pihak-pihak yang terkait :

1. Bapak Muhammad Fikser : selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Surabaya.
2. Mas Yudi : selaku admin dari akun instagram @humaskotasurabaya.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan apa yang hendak diteliti dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah ilmu komunikasi yang terkait dengan instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu tempat dimana data tersebut didapatkan dan dikumpulkan oleh peneliti. Lokasi dari penelitian ini yaitu di Humas Pemerintah Kota Surabaya, selaku admin dari akun instagram Pemerintah Kota Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Tahapan Penelitian

Penelitian kualitatif dapat dibagi kedalam empat tahap, yaitu

1. tahap sebelum ke lapangan

   tahap pra lapangan yang mempersoalkan segala macam persiapan yang diperlukan sebelum peneliti terjun kedalam kegiatan itu sendiri. Pertimbangan konseptual-teoretis maupun logistik hendaknya digunakan dalam memilih tempat penelitian. Mengurus perizinan merupakan satu persoalan yang tidak dapat diabaikan begitu saja, apalagi kegiatan demikian melibatkan manusia di arena penelitian. Kegiatan pra lapangan lainnya yang perlu diperhatikan ialah latar penelitian itu sendiri perlu dijajaki dan dinilai guna melihat dan sekaligus mengenal unsur-unsur sosial, dan keadaan alam pada latar penelitian di samping iitu, kontak pertama yang diadakan pada tahap ini diusahakan sedemikian rupa agar sejak waktu itu peneliti oleh subjek sudah dianggap sebagai anggota masyarakat atau kelompoknya. Hal lainnya yang perlu diperhatikan ialah pada tahap ini diadakan pemilihan informan yang akan membantu peneliti dengan syarat-syarat tertentu. Bagian ini mempersoalkan pula usaha peneliti dalam menyiapkan perlengkapan penelitian yang masih dirinci pada bab akhir sewaktu membahas persiapan logistik penelitian. Terakhir pada bagian ini dibahas persoalan etika, terutama berkaitan dengan tata cara peneliti berhubungan dengan masyarakat yang asing baginya. Etika ini akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan pegangan bagi para pembaca agar menghormati seluruh nilai yang ada dalam masyarakat.[12]

2. pekerjaan lapangan

   Pada bagian kedua dibahas usaha peneliti agar secara bersungguh-sungguh berusaha memahami latar penelitian. Disamping itu peneliti benar-benar dengan segala daya, dan tenaganya mempersiapkan dirinya menghadapi lapangan penelitian. Untuk itu diberikan seperangkat petunjuk termasuk bagaimana cara mengingat data hasil jaringannya yang dikemukakan pula pada bagian ini. Pada tahap pelaksanaan pengumpulan data, sekaligus analisis data sudah dimulai.[13]

3. analisis data

   Bagian terakhir dikemukakan konsep analisis data, juga dipersoalkan bahwa analisis data dibimbing oleh usaha untuk menemukan tema dan hipotesis kerja. Sejumlah petunjuk analisis data diberikan sebagai pegangan peneliti.[14]

4. penulisan laporan.

   Penulisan laporan bagian yang paling akhir dari pengerjaan penelitian ini, setelah proses dari awal pra lapangan dilanjutkan dengan penelitian lapangan dan analisis data selanjutnya yaitu penulisan laporan. Penulisan laporan ini dikerjakan ketika semua data-data yang dibutuhkan oleh peneliti sudah terkumpul seluruhnya.

---

[12] Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), hlm. 24.
[13] Ibid.
[14] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah seluruh informasi empiris dan dokumentatif yang diperoleh di lapangan sebagai pendukung ke arah konstruksi ilmu secara ilmiah dan akademis. Data penelitian adalah "*things konwn or assumed*", yang berarti bahwa data itu sesuatu yang sudah terjadi sebagai fakta empirik (bukti yang ditemukan secara empiris melalui penelitian).[15]

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dikenal dengan data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang dihimpun langsung oleh seorang peneliti umumnya dari tangan pertama atau subyek (informan) melalui proses wawancara. ada juga data dokumentasi yang dihimpun dari situasi sosial atau lembaga secara langsung, akan tetapi tidak dikategorikan sebagai data primer, karena hal ini difungsikan sebagai pendukung data observasi dan data wawancara.

Data skunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, tapi telah berjenjang melalui sumber tangan kedua atau ketiga. Data skunder dikenal juga sebagai data-data pendukung atau pelengkap data utama yang dapat digunakan oleh peneliti.[16]

a. Observasi

Metode observasi peneliti melakukan pengamatan pencatatan langsung secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki. Observasi dalam penelitian kualitatif, lebih baik dilakukan secara

[15] Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, ..., hlm. 99
[16] Ibid. Hlm. 100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

langsung, yang oleh Spradley dikenal dengan "*Partisipan observation*". Hal ini dilakukan untuk menjaga orisinalitas dan akurasi data yang diperoleh di lapangan.[17] Metode observasi ini dilakukan dengan cara mengamati langsung kegiatan-kegiatan pada akun instagram Humas Pemerintah Kota Surabaya dan selain itu juga terjun langsung di kantor Humas Kota Surabaya untuk mengetahui secara langsung dan bertemu langsung dengan pihak yang terlibat dalam penggunggahan postingan di akun instagram @humaskotasurbaya. Metode obervasi dipilih karena peneliti bisa memantau secara langsung postingan-postingan akun Pemerintah Kota Surabaya di instagram.

b. Wawancara

Teknik melalui wawancara adalah teknik memperoleh informasi secara lansung melalui permintaan keterangan-keterangan kepada pihak pertama yang dipandang dapat memberikan keterangan atau jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan mereka yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dilakukan melalui wawancara ini disebut responden. Datanya berupa jawaban-jawaban atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. untuk memperoleh informasi itu biasanya diajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tersusun dalam suatu daftar.[18] Wawancara secara mendalam akan dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat pada akun instagram @humaskotasurabaya untuk mendapatkan informasi rinci terkait dengan apasaja yang

[17] Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, ..., hlm. 101
[18] Ibid. Hal 101.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipublikasikan, manfaat dari publikasi tersebut, tanggapan dari beberapa pengikut akun tersebut dan tahapan-tahapdan dalam melakukan suatu pengunggahan. Wawancara dilakukan pada pengelola dan beberapa responden pengikut dari aku instagram @humaskotasurabaya yang terlibat dalam publikasi melalui media sosial instagram tersebut.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi, diperlukan seperangkat alat atau instrumen yang memandu untuk pengambilan data-data dokumen. Ini dilakukan, agar dapat menyeleksi dokumen mana yang dipandang dibutuhkan secara langsung dan mana yang tidak diperlukan.[19] Penelitian ini juga menggunakan dokumentasi berupa foto atau *print screen* dari *time line* @humaskotasurabaya selaku akun instagram dari Humas Pemerintah Kota Surabaya terkait postingan yang berisi tentang informasi-informasi tentang Pemerintah Kota Surabaya. Selain itu dokumentasi ketika wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam penggunggahan postingan dan beberapa responden dari akun instagram @humaskotasurabaya.

e. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis model Miles dan Hubermen dalam buku Metode Penelitian

[19] Ibid. hlm. 101

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kuanlitatif Moloeng, bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu :

a. Reduksi data, yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sedemikian rupa hingga kesimpulan terverifikasi.[20] Tahap ini dilakukan agar peneliti dapat fokus pada apa yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini dan tidak terlalu banyak data yang sebenarnya tidak dibutuhkan dalam penelitian ini oleh karena itu reduksi data sangat diperlukan dalam penelitian ini.
b. Penyajian data, seluruh data yang didapatkan, baik berupa hasil wawancara, dokumentasi dan sebagainya akan dianalisis sesuai dengan teori yang dipaparkan sebelumnya.[21] Pada tahap ini peneliti menganalisis data yang sudah didapatkan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti.
c. Penarikan kesimpulan, adalah kegiatan penggambaran secara utuh obyek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang disusun dalam suatu bentuk yang tepat dalam penyajian data.[22] Tahap ini yaitu tahap akhir dari penelitian yang mana peneliti menarik kesimpulan yang didapat dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti.

[20] Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandunng: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm. 248
[21] Ibid.
[22] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini di tulis menjadi lima struktur dengan pola penulisan lima bab

Bab I penelitian ini adalah pendahuluan yang memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II dari penelitian ini adalah kerangka teori yang berisi tentang konsep

Bab III dari penelitian membahas tentang temuan penelitian dengan fokus pada instagram sebagai media publikasi bagi Humas Pemerintah Kota Surabaya.

Bab IV dari penelitian ini yakni mengulas tentang analisis hasil penelitian bagian ini merupakan bagian yang paling inti dari semua bab yang ada, karena di bab ini memuat pengolahan data dari data hasil wawancara dengan informan.

Bab V dari penelitian ini yakni penutup. Yang berisi sebuah kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id