

**ANALISIS MANAJEMEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@PEMROVLAMPUNG_ SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG SELAMA COVID-19**

Skripsi

Oleh

Sausan Husnadia Macan

NPM 1816031024



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

ANALISIS MANAJEMEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @PEMROVLAMPUNG_ SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG SELAMA COVID-19

Oleh

SAUSAN HUSNADIA MACAN

Semakin maraknya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari menjadikan pemerintah untuk turut terjun menggunakan media sosial dalam menjalankan pemerintahannya. Hal tersebut terbukti oleh digunakannya media sosial sebagai media komunikasi oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan yang bertugas melakukan dokumentasi dan publikasi kegiatan pimpinan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen media sosial yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan untuk melakukan publikasi kegiatan pimpinan terlebih selama masa pandemi Covid-19. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pengelola media sosial Instagram @pemprovlampung_ serta observasi dan studi dokumen pada Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan.

Hasil analisis data dari penelitian yang telah dilakukan terhadap manajemen media sosial akun Instagram @pemprovlampung_ menggunakan teori 4 tahap Manajerial Media Sosial yang dikemukakan oleh Cutlip & Center adalah pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan pra dan pasca pandemi memiliki kesamaan dengan beberapa penyesuaian. Dari ke-empat tahapan yang dikemukakan oleh Cutlip & Center, banyak yang sudah dipenuhi namun aspek pelaksanaan komunikasi terutama komunikasi dua arah yang dapat dilakukan di media sosial Instagram antara pimpinan dan masyarakat belum terpenuhi. Kegiatan manajemen yang dilaksanakan belum berjalan secara optimal karena terikat regulasi dan birokrasi yang berlaku.

Kata kunci : manajemen media sosial; humas pemerintahan; Instagram, dokumentasi pimpinan

ABSTRACT

ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA MANAGEMENT INSTAGRAM @PEMPROVLAMPUNG_ AS A COMMUNICATION MEDIA OF LAMPUNG PROVINCIAL GOVERNMENT DURING COVID-19

By

SAUSAN HUSNADIA MACAN

The massive use of social media in daily activities caused the government to be part of social media while running the government. This is proven by the utilize of social media as a communication media by sub section of governance documentation that tasked to documenting and publicating all the activities of the governance. The purpose of this study is to determine how to manage social media run by government, sub section of governance documentation, to publicating every activities of governance especially during pandemic Covid-19. The research methode uses a qualitative approach by interviewing the manager of social media Instagram @pemprovlampung_ also observing and studying the document of sub section of governance documentation.

The outcome from analyzing data of this study about social media management Instagram account @pemprovlampung_ using four step public relation process by Cutlip and Center are that the management of social media carried out by the government before and after pandemic has similiarities with several adjustment. From the four step public relation process by Cutlip and Center, most of the processes are successfully fulfilled by sub section of governance documentation. However, in the 3rd process which is communication implementation especially two way communication process that could possibly happened in social media Instagram between governance and the society has not been met. Because of the regulations and bureaucracy system, the management activities have not been able to carried out optimally.

Keywords: *management social media; government public relations; Instagram; government documentation*

**ANALISIS MANAJEMEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@PEMROVLAMPUNG_ SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG SELAMA COVID-19**

Oleh

Sausan Husnadia Macan

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **ANALISIS MANAJEMEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @PEMROVLAMPUNG_
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG
SELAMA COVID-19**

Nama Mahasiswa : **Sausan Husnadia**

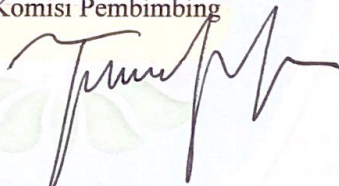
Nomor Pokok Mahasiswa : 1816031024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

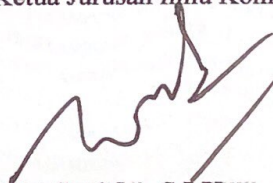
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Toni Wijaya, S.Sos., M.A
NIP 197810302002121001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

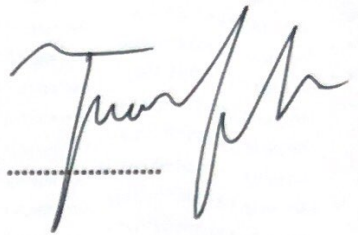


Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP 198007282005012001

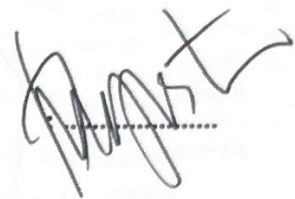
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Toni Wijaya, S.Sos., M.A.**

:


Penguji : **Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.**

:


2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 03 Agustus 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Sausan Husnadia
2. NPM : 1816031024
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Alamat : Bandar Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 03 Agustus 2023
Mahasiswa Yang Bersangkutan



Sausan Husnadia Macan
NPM. 1816031024

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Sausan Husnadia Macan, lahir di Bandar Lampung pada 19 Maret 2001. Merupakan anak keempat dari empat bersaudara pasangan Bapak Sumindro Wahyu Macan dan Ibu Yusnaini. Penulis menempuh jenjang pendidikan dari Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Rawa Laut Bandar Lampung yang di selesaikan pada tahun 2013.

Selanjutnya pada tahun 2015 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Bandar Lampung. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis diterima sebagai mahasiswi pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN. Selama menjadi mahasiswi penulis berkesempatan berorganisasi dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan terdaftar sebagai anggota HMJ Komunikasi pada Bidang *Research and Development* FISIP Universitas Lampung. Pada tahun 2020 hingga 2021, penulis berkesempatan untuk mengikuti organisasi AIESEC Universitas Lampung pada bagian *Customer Experience* dari *Incoming Global Volunteer* (IGV). Pada tahun 2020, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Tanjung Senang, Kecamatan Tanjung Senang, Kota Bandar Lampung selama 40 hari. Penulis melakukan Program Mahasiswa Magang Bersertifikat (PMMB) selama 6 bulan di Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan, Biro Administrasi Pimpinan, Sekretariat Daerah Provinsi Lampung pada tahun 2021.

MOTTO

“Hasil bisa mengkhianati usaha. Tapi yang tidak berusaha tidak akan berhasil.

Semangat berusaha biarpun tidak tahu kapan berhasilnya”

- Fiersa Besar

“you can't stop the waves, but you can learn to surf”

- Jon Kabat-Jinn

*“Dear Allah, if i lose my hope, remind me that your plans
are always better than my dreams”*

PERSEMBAHAN



Puji syukur atas berkat dan rahmat Allah SWT penulisan skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. Karya ilmiah ini kupersembahkan sebagai tanggung jawab atas kewajibanku sebagai pelajar yang telah diberi kesempatan oleh negara untuk menempuh pendidikan tinggi.

Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, kupersembahkan skripsi ini untuk :

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Bapak Sumindro dan Ibu Yusnaini

Yang telah memberikan cinta dan kasihnya, memberikan semangat, dukungan, serta motivasi. Terimakasih atas keikhlasan dan ketulusan serta doa yang tak henti-hentinya selalu kalian berikan.

Kepada kakak-kakakku tersayang,

Ahmad Fatahillah, Tsasya Fatimah, dan Iskandar Zulkarnain

Terimakasih atas segala dukungan, semangat, dan kesabarannya.

Terima kasih banyak kepada para guru dan dosen untuk segala ilmunya; kepada sahabat dan teman-teman baik seperjuangan yang selalu menemani dan mendukung penulis selama proses belajar dan penulisan skripsi ini.

Terima kasih untuk Almamater Tercinta
Universitas Lampung

SANWANCANA

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang tiada henti tercurahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul "Analisis Manajemen Media Sosial Instagram @Pemprovlampung_ Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Provinsi Lampung Selama Covid-19" Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis menyadari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan berupa pengarahan, bimbingan, dan kerja sama semua pihak yang telah turut membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menciptakan seluruh alam semesta berupa isinya, dengan rasa syukur selalu kumpulkan atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A, selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberikan saran, nasihat dan bimbingan kepada penulis. Terimakasih banyak kepada Bapak,

semoga segala keikhlasan dan ketulusan Bapak dalam mendidik serta membimbing saya selama ini mendapatkan berkah dari Allah SWT.

5. Ibu Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si. selaku dosen Pembimbing Utama yang selalu bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran, motivasi, dan memberikan saran serta nasihat kepada penulis selama proses bimbingan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Unila. Terimakasih atas segala ilmu yang telah Bapak Ibu berikan, semoga ilmu dan pengalaman yang telah penulis peroleh selama perjalanan di kampus dapat menjadi bekal yang berharga untuk kehidupan penulis kedepannya.
7. Bapak Redy Fauzan Adhima, S.E., M.Si. sebagai staf jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu sabar memberikan pelayanan dan membantu penulis terkait administrasi yang berkaitan dengan penyusunan skripsi.
8. Segenap informan penelitian yaitu Bapak Wawan Sah, S.Kom., MM. selaku Kepala Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan dan Bapak Ferry Ardiansyah, SE, M.Se,M,Sc., selaku Kepala Bagian Materi dan Komunikasi Pimpinan, serta pihak terkait yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan mendapatkan informasi serta waktunya demi kelancaran proses penelitian ini.
9. Kakak-kakak yang tergabung pada Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan yang telah menjadi narasumber serta rekan dalam proses penelitian dan praktik kerja lapangan yang dijalankan di Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan, Biro Administrasi Pimpinan. Terima kasih telah memberikan pengalaman dan pembelajaran yang sangat berharga.
10. Ayah dan Ibuku tercinta, Bapak Sumindro Wahyu Macan dan Ibu Yusnaini. Terimakasih merupakan ucapan yang tidak seimbang dengan apa yang telah kalian berikan kepadaku, yang tiada henti selalu mendoakan setiap saat, mendidik dan membesarkanku dengan penuh kesabaran serta memberikan kasih sayang yang tulus dan ikhlas, memberikan dukungan, semangat, dan motivasi. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan dan keberkahan rezeki untuk kalian. Terimakasih banyak Ayah dan Ibu.

11. Kakakku tersayang, Ahmad Fatahilah Macan, Tsasya Fatimah Macan, dan Iskandar Zulkarnain Habibie Macan. Terima kasih atas segala dukungan dan semangat yang telah diberikan.
12. Sahabat-sahabatku tercinta yang senantiasa membantu dan mensupport segala kegiatanku, Nyayu dan Rani sedari dulu. Kak Ghita yang senantiasa menemaniku dan memberikan semangat.
13. Teman-teman kuliah Bahy, Ahmad, Isal, Dimas, Aqshal, Udin, More, Okta, Ghana, Fadhil. Terima kasih telah menjadi teman seperjuangan dari awal kuliah hingga saat ini dan memberikan waktu dan pengalaman yang tidak akan pernah aku lupakan.
14. Teman-teman online yang senantiasa menghiburku dikala terpukur dan menemaniku menyelesaikan segala tanggung jawab, Rizqa dan Arifianka. Terimakasih atas segala waktu dan support moral yang telah diberikan.
15. Terimakasih untuk semua pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini tanpa terkecuali, yang tidak dapat ditulis satu persatu, yang memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya sederhana ini.

Semoga skripsi ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi kita semua dan pihak-pihak lain yang membutuhkan terutama bagi penulis. Saran dan kritik yang bersifat membangun akan selalu diharapkan. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih, semoga Allah SWT memberikan perlindungan dan kebaikan bagi kita semua serta semoga tali silaturahmi diantara kita tetap terjaga dan dapat dipertemukan kembali dalam keridhoan-Nya. Amiin Yaa Rabbal'amin.

Bandar Lampung, 03 Agustus 2023
Penulis,

Sausan Husnadia Macan

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Kerangka Pikir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Hubungan Masyarakat	9
2.3 Humas Pemerintahan	11
2.4 Manajemen Media Sosial.....	12
2.5 Media Komunikasi.....	15
2.6 Media Baru.....	16
2.6.1 Media Sosial Instagram	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	22
3.2 Fokus Penelitian.....	23
3.3 Sumber Data.....	24
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6 Teknik Analisa Data	27
3.7 Teknik Keabsahan Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Identitas Perusahaan	32
4.1.2 Identitas Informan	38
4.1.3 Hasil Observasi.....	41

4.1.4 4 Tahap Manajerial Cutlip and Center	46
4.1.5 Manajemen Media Sosial Selama Pandemi Covid-19 tahun 2021	57
4.2 Pembahasan.....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik.....	7
2. Penelitian Terdahulu <i>Digital Library</i> Universitas Lampung	8
3. Penelitian Terdahulu Repisitory Telkom University Collection.....	9
4. Informasi Informan	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir Penelitian	6
2. <i>Four step public relation process</i> oleh Cutlip and Center	14
3. Total Populasi, Koneksi, Pengguna Internet, dan Pengguna Aktif Media sosial di Indonesia	18
4. Diagram penggunaan media sosial terbanyak oleh masyarakat Indonesia ...	20
5. Struktur Organisasi Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Lampung 2021	35
6. Struktur Organisasi Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan 2021	38
7. Grafik pengikut Instagram @pemprovlampung_ pada tahun 2021	43
8. Grafik pengikut Instagram @pemprovlampung_ pada tahun 2021	43
9. Unggahan Instagram @pemprovlampung_ berupa foto dan <i>caption</i> rilis pada tanggal 6 Agustus 2021	44
10. Unggahan Instagram @pemprovlampung_ berupa video dan <i>caption</i> singkat serta <i>hashtag</i> pada tanggal 28 Juli 2021	44
11. Unggahan Instagram @pemprovlampung_ berupa infografis pada 11 Agustus 2021	45
12. Bagan Hasil oleh data 4 Tahap Manajerial oleh Cutlip&Center	47
13. Infografis hasil survey layanan yang diakses pengguna internet di Indonesia tahun 2017	50
14. Infografis hasil survey pemanfaatan internet bidang gaya hidup di Indonesia tahun 2017	50
15. Unggahan akun Instagram @pemprovlampung_ pada 28/07/2021	52
16. Unggahan akun Instagram @pemprovlampung_ pada 28/07/2021	52

17. Bagan Alur Sistemasi Kerja Praktisi Humas Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan	53
18. Contoh pembagian tugas dan jadwal piket anggota Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan selama PPKM tahun 2021	58
19. Contoh pembagian tugas dan jadwal piket anggota Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan selama PPKM tahun 2021	58
20. Contoh koordinasi kegiatan peliputan yang dilakukan secara daring saat pandemi Covid-19 oleh anggota Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan.....	59
21. Unggahan akun Instagram @pemprovlampung_ pada 28/07/2021 dan kolom komentar pada unggahan tersebut.....	65
22. Unggahan akun Instagram @pemprovlampung_ pada 28/07/2021 dan kolom komentar pada unggahan tersebut.....	65
23. Jangkauan dari unggahan akun @pemprovlampung_ pada 2021	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia digital dalam beberapa tahun terakhir menghadirkan berbagai macam teknologi yang memberika kemudahan untuk mengakses berbagai macam informasi. Digitalisasi yang terjadi tentu saja tidak terlepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial didefinisikan oleh Boyd (dalam Nasrullah, 2015) sebagai kumpulan perangkat lunak yang memberi peluang bagi individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam beberapa kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Kekuatan media sosial berupa *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan dihasilkan oleh editor sebagaimana biasa ditemukan pada instansi media massa. Twitter, Instagram, Path, Facebook, dan lain-lain merupakan contoh media sosial yang memiliki fungsi dan fitur beragam dengan ciri khas masing-masing. Namun, pada intinya fungsi dari sosial media adalah memfasilitasi para penggunanya untuk berkomunikasi dan berkolaborasi antara satu dengan sama lain tanpa hambatan berupa ruang dan waktu.

Berdasarkan data oleh *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 mencapai 212,9 juta atau sebanyak 77% dari total populasi. Mayoritas pengguna internet menyatakan alasan utama penggunaan internet adalah untuk mencari informasi. Dalam survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2017 menyatakan bahwa media sosial merupakan layanan yang paling banyak diakses menggunakan internet kedua. Semakin banyaknya pengguna

internet dan media sosial ini membuat pemerintah untuk ikut serta menggunakan media sosial dalam menjangkau masyarakat.

Widiastuti (2018) menyatakan bahwa media sosial untuk pemerintahan merupakan salah satu inovasi bagi pemerintah dalam rangka memaksimalkan penggunaan teknologi yang dapat menjadi jalan keluar permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat. Menurutnya, media sosial dapat mendorong efisiensi pemerintah, memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun, menghadapi perkembangan jaman, hingga sebagai media komunikasi krisis.

Contoh nyata dari fungsi media sosial bagi pemerintah adalah sebagai media komunikasi krisis yang digunakan saat pandemi Covid-19. Kemunculan *Coronavirus Disease* atau yang lebih dikenal dengan Covid-19 di Indonesia pada bulan Maret 2020 menyebabkan kepanikan masyarakat. Peran pemerintah sebagai regulator dan administrator harus tetap berjalan apapun situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Salah satu cara agar tetap terkoneksi dengan masyarakat ditengah keterbatasan interaksi dalam upaya pengendalian pandemi ini adalah menggunakan media sosial sebagai media komunikasi.

Upaya yang dilakukan pemerintah melalui media sosial berupa penyebaran informasi terkait pandemi seperti persebaran virus, jumlah pasien terinfeksi, jumlah kematian, dan informasi lainnya sehingga mudah di akses oleh masyarakat. Untuk menyediakan informasi tersebut, humas pemerintahan selaku pengelola media sosial harus sigap dalam penyediaan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut Lattimore (dalam Lubis, 2012), fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri.

Sebelum teregistrasi sebagai sebuah Biro Administrasi Pimpinan seperti saat ini, pemerintah daerah utamanya Provinsi Lampung membentuk sebuah biro yang menjalankan fungsi dan tugas dari seorang humas, yaitu Biro Humas dan Protokol. Namun, sesuai dengan adanya Permendagri No.05 Tahun 2019, Biro Humas dan Protokol melakukan reformasi menjadi Biro Administrasi Pimpinan

yang membawahi 3 bagian, yaitu Bagian Tata Usaha, Bagian Materi dan Komunikasi Pimpinan, dan Bagian Protokol. Ketiga bagian tersebut berkoordinasi dalam menjalankan tugasnya mengambil alih peran humas pemerintah untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat yang ingin dilayani.

Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan memegang peranan penting dalam melakukan publikasi dan dokumentasi kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan sebagai bentuk transparansi atau keterbukaan pemerintah. Media komunikasi yang dipilih oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan untuk menjangkau masyarakat adalah media sosial. Penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu faktor pendorong alasan penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana publikasi yang dilakukan agar masyarakat dapat dengan mudah menjangkau dan mencari berbagai informasi terkait Pemerintah Lampung utamanya kegiatan yang dilakukan oleh Gubernur, Wakil Gubernur, Sekretaris Daerah, dan berbagai informasi dan kegiatan terkait kemajuan Lampung.

Untuk menghasilkan informasi yang optimal, dibutuhkan pengelolaan atau manajemen media sosial yang baik oleh pihak Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan. Manajemen tersebut meliputi empat tahapan yaitu, *fact finding* (penemuan fakta), perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi. Tahapan-tahapan tersebut esensial untuk dilaksanakan meskipun saat komunikasi krisis terjadi, dibutuhkan penyesuaian kembali dalam pelaksanaan keempat tahapan tersebut. Pengelolaan media sosial selama masa pandemi tentu memiliki tantangan tersendiri bagi humas pemerintahan. Tuntutan informasi dan tanggung jawab dalam melaksanakan pelayanan publik tentunya memberikan tekanan terhadap Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan selaku humas pemerintahan.

Maka, berdasarkan latar belakang tersebut, terkait bagaimana humas pemerintahan Provinsi Lampung melakukan penyesuaian manajemen media sosial sebagai media komunikasi di tengah komunikasi krisis masa pandemi, peneliti tertarik untuk mengetahui manajemen media sosial melalui 4 tahapan manajerial Cutlip and Center selama masa pandemi yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dideskripsikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya ialah bagaimana manajemen media sosial yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan dalam mengelola akun media sosial Instagram @pemprovlampung_ sebagai media komunikasi pada masa pandemi COVID-19 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan media sosial Instagram @pemprovlampung_ sebagai media komunikasi yang dikelola oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan Pemerintah Provinsi Lampung selama pandemi COVID-19 tahun 2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan, manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Secara Teoritis

Penelitian yang dilaksanakan akan membahas manajemen media sosial Instagram @pemprovlampung_ sebagai media komunikasi yang digunakan Pemerintah Provinsi Lampung pada masa pandemi COVID-19 tahun 2021 sehingga dapat mengetahui bagaimana manajemen media sosial utamanya Instagram oleh humas pemerintah selama pandemi COVID-19 dan dapat menjadi referensi untuk pembacanya terutama para praktisi humas pemerintahan.

2. Secara Praktis

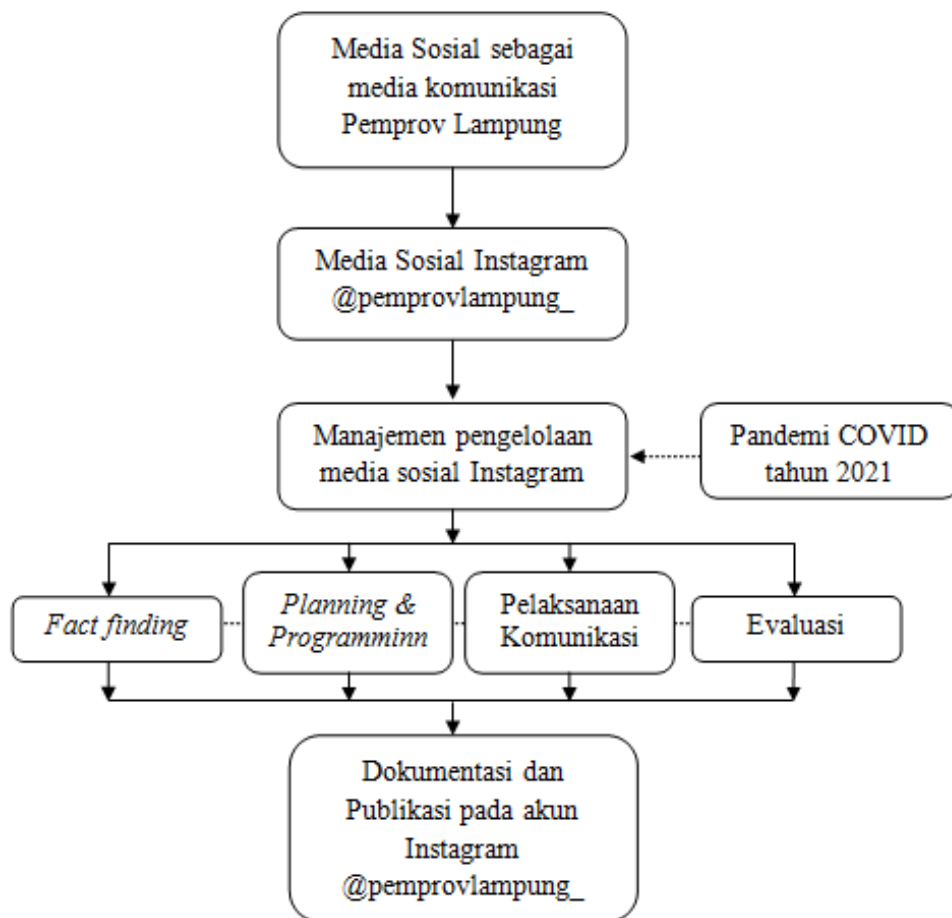
Secara praktis, penelitian yang dilakukan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis terkait Humas Pemerintahan utamanya dalam manajemen sosial media dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung

1.5 Kerangka Pikir

Agar media sosial dapat digunakan secara maksimal, dibutuhkan manajemen yang baik oleh pihak pengelola media sosial tersebut. Media sosial dapat menjadi sebuah media komunikasi dan hal tersebut juga berlaku bagi instansi pemerintahan. Peran anggota Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan sebagai praktisi humas Pemerintah Provinsi Lampung dalam pengelolaan dan produksi konten media sosial sangat penting. Konten media yang baik dapat menarik minat pengikut dari akun media sosial tersebut. Benefit yang didapat dari pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi yang baik adalah meningkatnya kepercayaan masyarakat.

Dampak penggunaan media sosial yang paling terasa adalah saat pandemi COVID-19 merajalela dan memaksa masyarakat mengurangi interaksi secara langsung antar tiap individu. Salah media komunikasi dan informasi adalah melalui media sosial. Terdapat sebuah teori yang dapat menjadi acuan pengelolaan media sosial yang yaitu Teori Manajerial yang dikemukakan oleh Cutlip & Center. Berdasarkan teori tersebut, dapat diketahui bagaimana manajemen media sosial yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan selaku humas pemerintahan Provinsi Lampung.

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka peneliti menggambarkan alur pemikiran dalam bentuk bagan yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

(Sumber : Diolah oleh Peneliti)

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan serta tolak ukur untuk mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Penelitian yang menjadi sumber referensi penulis digunakan sebagai tumpuan agar tidak ada plagiarisme dan agar penulis tidak membuat kesalahan yang sama dengan apa yang dilakukan oleh peneliti – peneliti terdahulu. Penulis melakukan analisa penelitian terdahulu sebagai bahan acuan penelitian yang akan dilakukan terkait manajemen sosial media menggunakan teori SoMe Regina Luttrell.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik

Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 25 No. 2	
Judul Jurnal Penelitian	Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko
Penulis	Andhini Hastrida, Pascasarjana Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Indonesia, 2021
Metode Penelitian	Metode Studi Literatur
Hasil Penelitian	Esensi dari pengelolaan media sosial pemerintah adalah hubungan yang bersifat interaktif antara pemerintah (penyelenggara otoritas negara) dengan masyarakat melalui media sosial. Melalui media sosial, masyarakat mendapatkan kesempatan untuk berbicara, mengekspresikan diri dan pikirannya, termasuk juga mengkritik pemerintah secara langsung dan terbuka. Namun, terdapat pula risiko yang dimiliki pemerintah dalam penggunaan media sosial. Risiko terkait penggunaan media sosial pemerintah perlu dikelola dengan baik baik dari sisi kebijakan maupun teknologi, maka lembaga pemerintah memerlukan strategi manajemen risiko untuk meminimalkan kerusakan. Penerapan budaya <i>sharing</i> , <i>transparency</i> , <i>openness</i> , dan <i>collaboration</i> (STOC) dapat dipertimbangkan untuk

Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 25 No. 2	
	merealisasikan manfaat penuh dari pengelolaan media sosial pemerintah.
Persamaan Penelitian	Persamaan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti penggunaan media sosial sebagai media komunikasi yang digunakan oleh pemerintah
Perbedaan Penelitian	Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada tujuan penelitian dimana pada penelitian ini membahas risiko dan manfaat penggunaan media sosial oleh pemerintah sementara penelitian yang akan dilakukan berfokus kepada manajemen yang akan dilaksanakan
Kontribusi Penelitian	Sebagai bahan referensi peneliti dalam melihat peluang optimal penggunaan media sosial oleh pemerintah

Tabel 2. Penelitian Terdahulu *Digital Library* Universitas Lampung

Digital Library Universitas Lampung	
Judul Jurnal Penelitian	Analisis Penggunaan Website Dan Instagram Sebagai Bentuk Pelayanan Informasi Bagi Humas di Politeknik Negeri Lampung (Polinela)
Penulis	Aurellia Ditha Azzahra, DII Hubungan Masyarakat, Universitas Lampung, 2022
Metode Penelitian	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi dokumen
Hasil Penelitian	Hasil menunjukkan bahwa (1) pada pemanfaatan Website sebagai media pelayanan informasi, humas Polinela telah mewujudkan E-PR sekaligus sebagai media promosi, (2) pada pemanfaatan Instagram, humas Polinela menggunakan media tersebut untuk meningkatkan layanannya dengan mempublikasi informasi via foto, video, suara. Kolom komentar dan fitur Direct Message (DM) pada Instagram telah menghidupkan komunikasi dua arah humas Polinela dengan publik. Kata kunci: Humas, Website, Instagram, E-PR, Four Step Public Relations
Persamaan Penelitian	Persamaan antara penelitian adalah penggunaan sosial media sebagai alat bagi humas untuk memperluas jangkauan audiens dan sebagai media komunikasi oleh sebuah instansi.
Perbedaan Penelitian	Perbedaan antara kedua penelitian ini adalah, penelitian ini hanya berfokus pada analisis penggunaan teknologi dalam mendukung proses <i>Public Relation</i> dalam menjangkau khalayaknya sementara penelitian yang akan dilakukan adalah menganalisis manajemen pengelolaan teknologi pendukung tersebut.
Kontribusi Penelitian	Sebagai bahan referensi penulis dalam mengangkat terkait humas dalam penggunaan sosial media

Tabel 3. Penelitian Terdahulu Repository Telkom University Collection

Repository Telkom University Collection	
Judul Penelitian	Praktek Kehumasan Pada Manajemen Media Sosial Instagram Ardan Radio
Penulis	Alifia Balqis Hasya Tasyari, Program Studi <i>Digital Public Relations</i> , Universitas Telkom, 2022
Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemajuan teknologimembawa perubahan pada saluran media menjadi lebih digital, termasuk pada stasiun radio. Untuk menjaga hubungan dengan audiens, Ardan Radio melaksanakan praktik digital kehumasan. Hasil dari penelitian, terdapat tahap pada manajemen media sosial oleh PR yaitu <i>fact finding, planning, communication, dan evaluation</i> . Kemudian dikumpulkan dan ditarik kesimpulan bahwa Ardan menerapkan praktik kehumasan pada media digital Instagram mengikuti tren yang berlangsung demi menarik perhatian target public Ardan yaitu kelompok publik remaja.
Persamaan Penelitian	Persamaan dari penelitian ini adalah membaha manajemen pada akun Instagram instansi dengan teori manajemen humas oleh Cutlip & Center.
Perbedaan Penelitian	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada subjek dan tujuan dari penelitian, tujuan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah mengetahui manajemen yang dilakukan humas pemerintahan dalam mengelola media sosial Instagram.
Kontribusi Penelitian	Sebagai bahan referensi penulis penggunaan teori manajemen humas Cutlip and Center.

2.2 Hubungan Masyarakat

Menurut Oemi (dalam Mukarom & Laksana, 2015), *public relations* adalah seni menciptakan pengertian publik yang pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi. *Public relations* berperan dalam membangun hubungan khususnya hubungan komunikasi antara organisasi dan masyarakat luas untuk memberi tahu, memengaruhi, dan mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku publik sarannya. Kegiatan PR sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.

Humas (hubungan masyarakat) atau dikenal dengan *public relations* (PR) memiliki peranan yang penting dalam sebuah organisasi. Terutama apabila organisasi tersebut memiliki interaksi yang cukup tinggi dengan pihak eksternal. Menurut Lattimore (dalam Lubis, 2012), ada dua peran besar yang secara konsisten muncul dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen. Peran sebagai teknisi mewakili seni dari humas seperti menulis, mengedit, mengambil foto, menangani produksi komunikasi, membuat event spesial, dan melakukan kontak telepon dengan media. Peran sebagai manajer berfokus pada kegiatan yang membantu organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait humas.

Humas (sebagai hubungan masyarakat) merupakan fungsi dan keahlian tertentu yang harus ada dalam setiap organisasi, organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang bersifat non-komersial. Kehadiran dan kebutuhan dari humas tidak bisa dihilangkan, terlepas dari kita menyenangi hal tersebut atau tidak. Karena kelangsungan suatu organisasi merupakan tugas utama dari humas itu sendiri. Dalam artian humas sebagai sumber informasi yang paling terpercaya kian lebih terasa pada era globalisasi seperti sekarang ini (Apryanti, 2013 dalam Afkarina, 2018).

Sebuah organisasi membutuhkan humas dalam menjalankan tugas dan fungsi organisasi untuk mencapai tujuannya. Baik organisasi komersial dan non-komersial membutuhkan humas untuk membangun sebuah hubungan yang baik dengan target sasaran. Tidak terkecuali dengan pemerintah. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, pemerintah membutuhkan humas untuk menjalin hubungan baik dan situasi yang kondusif dengan pihak internal maupun eksternal terutama masyarakat. Kehadiran humas pemerintahan dapat membantu pemerintah dalam mendapatkan kepercayaan publik dengan pembentukan opini publik yang baik. Oleh karena itu, humas pemerintahan tidak dapat dihilangkan dalam tugas dan fungsi pemerintah dalam mencapai tujuannya.

2.3 Humas Pemerintahan

Hubungan masyarakat pemerintahan memiliki peranan dalam menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan pemerintahan yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, peranan humas adalah berusaha memberikan yang terbaik dalam melakukan pelayanan publik sehingga mempermudah birokrasi dalam pemerintahan dan meningkatkan kepuasan masyarakat untuk memperoleh citra yang positif bagi pemerintah (Lubis, 2012). Peranan humas pemerintahan tersebut diasumsikan dari fungsi humas pemerintahan yang dikemukakan oleh Lattimore (2010), yaitu fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan adalah membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lubis, 2012).

Biasanya pimpinan pada suatu organisasi memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk sebuah citra. Namun, dalam lingkup pemerintahan, humas memiliki peranan yang sangat penting dan strategis menyangkut pembentukan citra yang terjadi di masyarakat. Selain menjalankan tugasnya dalam menjalin komunikasi, humas juga menjadi jembatan untuk membangun sebuah suasana yang kondusif baik secara internal maupun eksternal. Sebagai contoh peranan humas dalam pemerintahan adalah memberikan penyanggahan terhadap pemberitaan negatif yang dapat mempengaruhi pandangan publik kepada pimpinan, memberitakan dan mempublikasi kebijakan pemerintah kepada masyarakat, dan peranan signifikan lainnya yang dilaksanakan di berbagai bidang demi melancarkan kegiatan komunikasi.

Menurut Moore (2004), humas dibentuk di lembaga pemerintah diantaranya sebagai juru bicara pemerintah, melakukan hubungan timbal balik antara pemerintah daerah dengan masyarakat umum dan organisasi kemasyarakatan untuk memperjelas kebijakan dan kegiatan pemerintah daerah, melakukan hubungan intern dengan satuan dan unit kerja di lingkungan pemerintah,

melaksanakan usaha untuk peningkatan peliputan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun masyarakat dan melaksanakan koordinasi/kerja sama dengan organisasi kewartawan (Lubis, 2012). Dengan pelaksanaan peran humas pemerintah, tujuan akhirnya adalah untuk membantu citra yang positif tentang pemerintah di mata masyarakatnya

Esensi tujuan humas di dunia pemerintahan adalah membuat berbagai program pemerintah yang dapat membentuk, meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati rakyat atau publik. Menurut Ardianto (dalam Lubis, 2012), citra sengaja diciptakan Humas dalam dunia pemerintahan dalam bentuk *events* (kegiatan-kegiatan), kampanye dan program-program. Humas pemerintah dalam menjalankan tugas dan fungsinya tidak memiliki banyak kebebasan karena menyangkut citra dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Oleh sebab itu, satu cara untuk menjalankan tugas dan fungsi humas pemerintah secara lebih optimal adalah dengan penerapan manajemen humas yang baik.

2.4 Manajemen Media Sosial

Aktivitas manajemen pada setiap lembaga atau organisasi berkaitan dengan usaha mengembangkan potensi dan memimpin suatu tim atau sekelompok orang dalam suatu kesatuan dan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Arti kata manajemen sendiri berasal dari kata *manage* yang berarti : memimpin, mengatur, dan membimbing. Secara universal, manajemen adalah penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran dan kinerja yang tinggi dalam berbagai tipe organisasi (dalam Mukarom & Laksana, 2015).

Fungsi pokok dalam manajemen merupakan suatu proses. Manajemen terdiri dari berbagai proses yang terdiri atas tahapan-tahapan tertentu yang berfungsi untuk mencapai tujuan organisasi dan setiap tahapan memiliki keterkaitan antara satu dengan lainnya yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Manajemen yang biasa dilaksanakan oleh praktisi humas biasanya mengacu pada

pendekatan manajerial seperti yang dikemukakan oleh Cutlip dan Center dalam Broom & Sha (2013). Beradaptasi dengan kemajuan digital yang ada, proses manajerial ini sering diimplementasikan ke dalam praktek kehumasan yaitu penggunaan media sosial oleh praktisi humas sebagai media komunikasi. Adapun tahapan manajerial dalam pelaksanaan hubungan masyarakat, yaitu :

a. *Fact Finding* (Penemuan Data dan Fakta)

Langkah pertama yang harus dilaksanakan adalah mencari tahu dan melaksanakan riset terkait hal yang terjadi saat ini yang memiliki kemungkinan membangun persepsi bahwa terdapat sesuatu yang salah atau dapat diperbaiki. Riset tersebut termasuk dalam menelaah dan memonitor pengetahuan, opini, perilaku, dan kebiasaan dari public internal dan eksternal yang berkaitan dengan organisasi. Tahap ini menjadi fundamental bagi tahapan lain dalam proses pemecahan masalah organisasi.

b. *Planning and Programming* (Perencanaan dan Pemrograman)

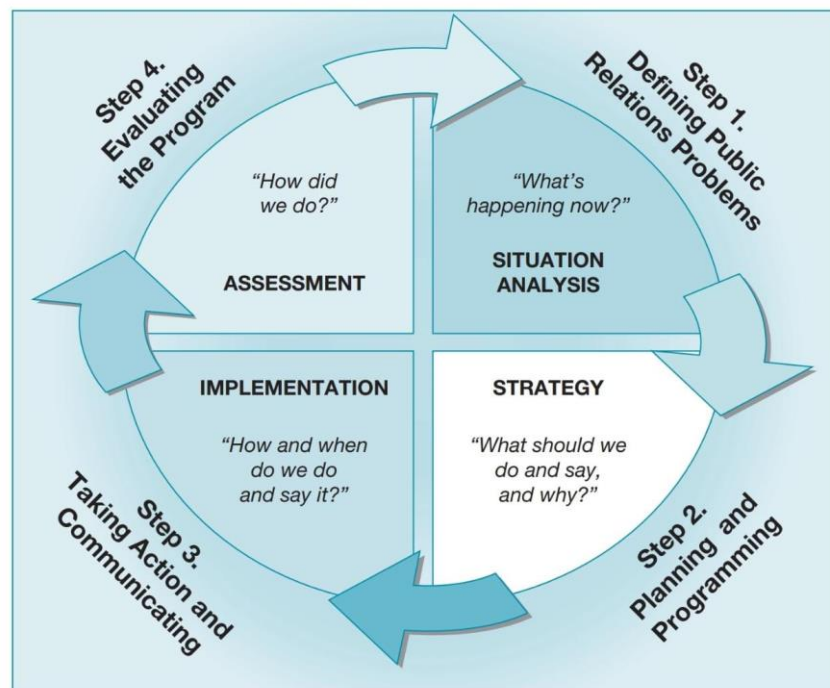
Riset dan pengumpulan data pada tahap pertama akan menjadi landasan dalam pembuatan strategi terkait tujuan organisasi, publik yang dituju, tindakan, dan proses komunikasi. Kegiatan ini termasuk ke dalam penyusunan komunikasi perusahaan dengan kepentingan bagi perusahaan. Tahapan kedua ini merupakan proses untuk menjawab pertanyaan, “berdasarkan apa yang telah dipelajari terkait situasi tersebut, apa yang harus diubah dan dilakukan dalam rangka memecahkan masalah atau memanfaatkan peluang yang tersedia?”.

c. *Communication* (Pelaksanaan Komunikasi)

Tahap ketiga yang dilakukan adalah pelaksanaan komunikasi dan implementasi program dan strategi yang telah ditetapkan untuk mencapai objektif yang spesifik demi mencapai tujuan program tersebut. Pertanyaan dari tahapan ini adalah, “Apa yang harus kita lakukan dan katakan, siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, kapan dan atas kondisi apa, dimana, dan bagaimana?”.

d. *Evaluation* (Evaluasi)

Tahapan terakhir adalah proses penilaian tahapan sebelumnya (*fact finding, planning & programming, communication*) termasuk hasil dari pelaksanaan program. Penyesuaian akan dilaksanakan dari hasil *feedback* evaluasi program yang diterima terkait dengan program yang sedang dijalankan. Dari hasil evaluasi tersebut, program akan dilanjutkan, dimodifikasi, atau dihentikan setelah diketahui hasilnya, “bagaimana keadaan kita, atau bagaimana kita melakukannya?” Tahapan ini merangkum hasil evaluasi dan menyediakan landasan yang dapat dilakukan kedepannya.



Gambar 2. *Four step public relation process* oleh Cutlip and Center
(sumber : Broom and Sha, 2013)

Proses manajemen diatas sangat penting dilakukan antara satu sama lain, proses tersebut dimulai dari mengumpulkan data dan ide dari sekitar sebagai landasan pemecahan masalah. Informasi dan pemahaman yang dikembangkan pada langkah pertamamemotivasi dan memandu langkah selanjutnya. Dalam prakteknya, tahap-tahap ini (diagnosis, perencanaan, implementasi, dan evaluasi) tidak dapatdikotakkan dengan begitu rapi, karena prosesnya berputar terusmenerus, siklis, dan

diterapkan dalam setting yang dinamis. Gambar 2.1 menunjukkan sifat manajemen PR yang berkesinambungan, tumpang tindih, dan siklis (Broom & Sha, 2013).

2.5 Media Komunikasi

Media is the extention of man merupakan perpanjangan manusia yang menunjukkan potensi dan kapasitas yang luas, kekuatan fisik dan pikir, keinginan dan kebutuhan di dalam arti kehidupan sosial manusia yang kompleks. Dalam lingkup itu manusia mengembangkan diri melalui berbagai cara yang menentukan tingkat peradaban yang telah diraih, yang telah dinikmati serta sekaligus permasalahan yang menyertainya (Straubhaar dan LaRose dalam Suparno et al., 2016).

Media pada akhirnya menjadi sebuah sistem know-how yang mengarahkan pengetahuan sekaligus mengenalkan seperangkat aturan dan kesempatan baru (Sussman dalam Suparno et al., 2016). Karena itu, media sering digunakan untuk mengendalikan dan mengontrol pihak tertentu. Media, dengan demikian, begitu krusial karena esensinya adalah alat yang digunakan untuk memudahkan maksud yang diinginkan. Media merupakan manifestasi dari kreasi manusia-prestasi yang telah yang digunakan untuk kepentingannya.

Dari sekian banyak media yang bersifat *omnipresent*, salah satunya adalah media komunikasi yang hingga hari ini telah mencapai tahap yang luar biasa dan menakjubkan. Media komunikasi telah mampu mengintegrasikan berbagai kebutuhan dan aktualisasi manusia menjadi satu kesatuan yang mencerminkan ekstensi yang lebih lengkap ke dalam media komunikasi dan informasi. (Suparno et al., 2016)

Hal tersebut menunjukkan bahwa kita tidak dapat tidak berkomunikasi. Dalam situasi dan di mana pun kita berada, kita tidak dapat menghindar dari komunikasi yang bersentuhan dengan media komunikasi. Di dalam organisasi olah raga, perusahaan, dan usaha-usaha sosial lainnya, bentuk-bentuk komunikasi itu berjalan menurut polanya sendiri-sendiri.

Untuk mencapai maksud dan tujuannya, bentuk-bentuk organisasi masyarakat itu, perlu meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya. Peningkatan efisiensi dan efektivitas tersebut sebagian besar bergantung pada faktor penunjang, yakni sarana dan prasana. Dengan kata lain, hubungan komunikasi interaksi itu akan berjalan dengan lancar dan tercapainya hasil yang maksimal, apabila organisasi itu menggunakan alat bantu yang disebut media komunikasi. Jadi media komunikasi adalah “suatu media atau alat bantu yang digunakan oleh suatu organisasi guna tercapainya efisiensi dan efektivitas kerja dengan hasil yang maksimal”.

Media komunikasi dianggap bukan lagi sebagai suatu barang mewah, melainkan merupakan syarat mutlak bagi keberhasilan program kerja organisasi itu. Bahkan sering dianggap bahwa tanpa media yang lengkap, tepat dan serasi, maka akan dirasakan sulit untuk tercapainya program organisasi.

2.6 Media Baru

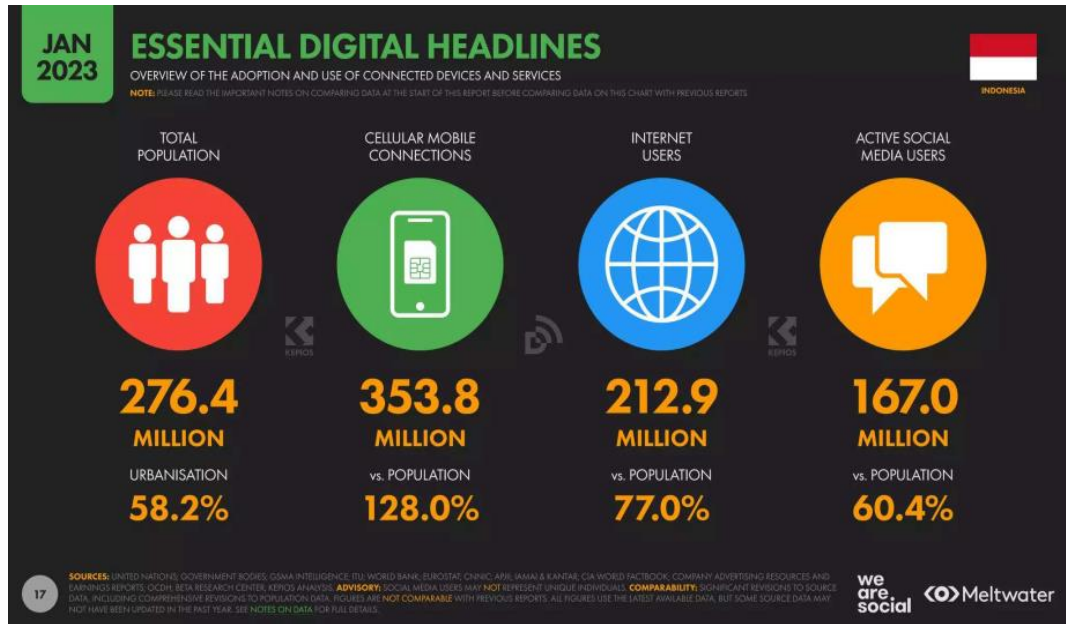
Kemunculan *new media* memudahkan manusia dalam menjalankan komunikasi dan telah diterapkan dalam setiap kegiatan di setiap bidang kehidupan manusia dan tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari manusia. Salah satu faktor pendukung kemudahan komunikasi adalah berkat kehadiran internet dan kemajuan Teknologi Komunikasi dan Informasi dewasa ini. Internet telah menyatukan dunia seolah tidak ada batasan antara individu satu dengan lainnya.

Istilah *new media* muncul erat kaitannya dengan kehadiran Internet walau kehadiran internet hanya satu dari sekian banyak pengaruh yang ditimbulkan oleh kehadiran *new media*. Salah satu contoh nyata kemudahan yang dihasilkan dari adanya *new media* adalah kemudahan yang didapat saat kita berkomunikasi dengan orang lain yang memiliki perbedaan wilayah dan zona waktu. Biasanya, butuh waktu sehari-hari bahkan berminggu-minggu dalam mengirimkan surat, dengan kehadiran internet kita dapat mengirim pesan secara langsung tanpa hambatan dan dapat langsung diterima oleh orang yang kita tuju.

Menurut Flew dalam Situmorang (2012) “*The idea of new media captures both the development of unique forms of digital media, and the remaking of more traditional media forms to adopt and adapt to the new media technologies*”. Hal tersebut berlabuh pada kesepakatan bahwa istilah *new media* merupakan istilah perkembangan media saat ini yang dapat menggantikan media tradisional atau media yang lebih dulu ada. Sulit untuk membedakan kategori media yang termasuk ke dalam media baru dan media lama. Namun, yang dianggap new media adalah Internet dan berbagai kecanggihan serta aplikasi yang ada didalamnya.

Saat ini, internet dimanfaatkan untuk membantu manusia menjalin komunikasi. Fenomena media jejaring sosial sudah sangat awam di kalangan masyarakat sebagai hasil dari kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Jenis media sosial berkembang dengan pesat mulai dari *facebook, intagram, twitter*, dan lain-lain. Pada awal kemunculannya, media sosial tidak secanggih saat ini yang menyediakan berbagai fitur. Bahkan, tidak jarang terdapat perusahaan media sosial yang tidak berhasil melanjutkan pasarnya dikarenakan beralihnya pengguna ke media sosial lainnya yang dianggap lebih canggih dan menyediakan fitur yang lebih baik.

Fenomena media sosial tersebut membuat manusia mau tidak mau harus selalu beradaptasi dan bereformasi menghadapi segala kemajuan dan digitalisasi yang terjadi saat ini agar tidak tertinggal informasi. Terlebih saat pandemi Covid-19 yang melanda pada akhir tahun 2019 yang mengharuskan manusia mengurangi interaksi antara satu dengan lain dan juga mengharuskan manusia untuk menjaga jarak. Internet dan media sosial sangat berpengaruh besar dalam membantu manusia untuk terus berkomunikasi mengingat manusia merupakan makhluk sosial yang harus selalu berhubungan dengan manusia lainnya. Media sosial saat ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi umat manusia, saat ini media sosial telah dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyalurkan kreatifitas bahkan untuk melakukan bisnis dan penyebaran informasi.



Gambar 3. Total Populasi, Koneksi, Pengguna Internet, dan Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia
 (Sumber : Penelitian *Hootsuite* dan *We Are Social*)

Berdasarkan gambar diatas yang merupakan penelitian yang dilakukan oleh *Hootsuite* dan *We Are Social* terkait penggunaan media baru di Indonesia, penggunaan internet yang merupakan media baru tertanda Januari 2023 mencapai 212,9Juta penduduk di Indonesia merupakan pengguna jaringan internet. Hal tersebut menunjukkan sebanyak 77% atau lebih dari setengah penduduk di Indonesia yang memiliki populasi sekitar 276,4 Juta penduduk merupakan pengguna aktif Internet.

Internet yang tergolong ke dalam media baru tentu tidak akan terlepas dengan media sosial. Tertanda 167 Juta penduduk Indonesia dinyatakan pengguna aktif media sosial dengan cakupan sebanyak 60,4% dari total populasi penduduk Indonesia. Penduduk Indonesia tentu saja terdiri dari berbagai jenis umur dan kalangan, dengan lebih dari setengah penduduk Indonesia yang merupakan pengguna aktif Internet dapat dinyatakan bahwa pengguna media sosial aktif yang terdapat di Indonesia terdiri dari berbagai jenis usia dan kalangan.

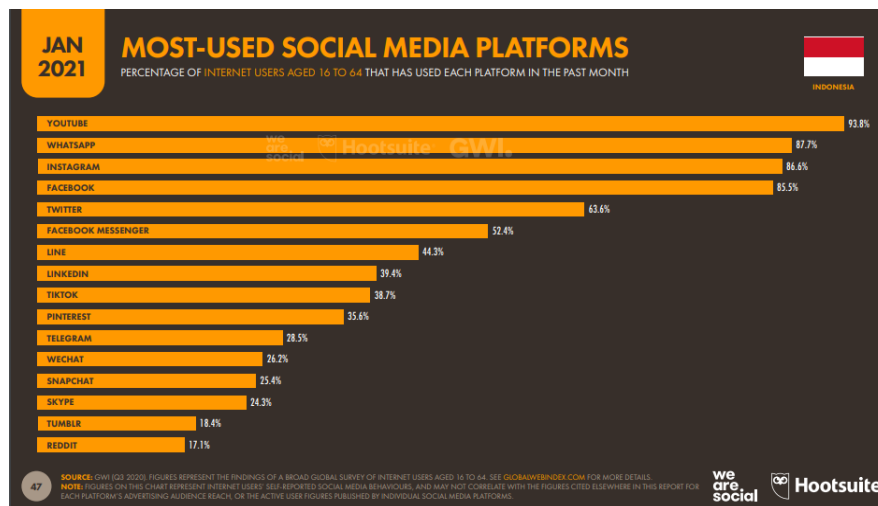
Media sosial banyak digunakan oleh individu, organisasi, perusahaan pribadi, bahkan pemerintah. Penggunaan media sosial memiliki berbagai alasan dan fungsi yang berbeda antara satu pengguna dan pengguna lain. Menurut Motion, proses komunikasi dan interaksi yang terjadi di media sosial adalah cerminan dari interaksi yang terjadi di masyarakat (Kartikawangi, 2020). Pentingnya penggunaan media sosial bagi pemerintah memberikan pengaruh yang besar terutama dalam memengaruhi hubungan antara pemerintah dengan masyarakat (A. Mishaal & Abu-Shana, 2015). Penggunaan media sosial memperbolehkan pemerintah untuk menyebarkan kegiatan demokrasi secara menyeluruh, mempermudah masyarakat mengungkapkan opininya, dan mempermudah pemerintah mendapatkan masukan dari masyarakat.

Keaktifan penggunaan media sosial dapat memengaruhi performa pemerintah secara positif dalam mengetahui pendapat dan situasi publik sehingga dapat memudahkan pemerintah dalam membuat keputusan. Menurut Camacho dan Kumar, penggunaan media sosial dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi yang disediakan secara langsung oleh pemerintah sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi secara faktual dan aktual tanpa harus mencari ke sumber yang belum pasti (A. Mishaal & Abu-Shana, 2015)

2.6.1 Media Sosial Instagram

Instagram dalam situs resminya www.Instagram.com menyatakan bahwa Instagram merupakan sebuah media atau platform yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video serta memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar dan video sekaligus menggunakan fitur-fitur yang dapat memperindah foto atau video yang akan diunggah.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang mengedepankan visual sebagai bentuk komunikasi yang dilaksanakan. Dengan mengunggah sebuah gambar melalui unggahan *feeds* atau *instagram story*, pengguna Instagram dapat melakukan interaksi atau bahkan hanya melalui gambar yang di unggah pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik oleh komunikan atau *audience* yang di tuju.



Gambar 4. Diagram penggunaan media sosial terbanyak oleh masyarakat Indonesia
(Sumber : Penelitian *Hootsuite* dan *We Are Social*)

Alasan memilih *platform* Instagram dikarenakan Instagram merupakan media sosial yang memudahkan penggunaannya untuk melakukan unggahan dan memiliki fleksibilitas yang tinggi terhadap konten unggahannya serta merupakan *platform* ketiga yang memiliki pengguna terbanyak. Youtube meraih peringkat satu media sosial yang memiliki pengguna terbanyak. Namun, unggahan youtube hanya sebatas video yang dibutuhkan keahlian tinggi agar membuat sebuah konten yang menarik dan memang difokuskan untuk memposting video.

Sementara, humas instansi pemerintah dalam melaksanakan tugasnya harus *real-time* atau aktual sehingga tidak ada waktu untuk mengedit video bagi setiap unggahannya. Youtube juga memakan kuota yang cukup besar sehingga menjadi pertimbangan oleh masyarakat untuk tidak selalu membuka youtube. *Engagement* yang dimiliki Instagram juga lebih dapat membantu akun [@pemprovlampung_](#) untuk lebih mudah dilihat di beranda penggunaannya tidak seperti youtube.

Alasan lain memilih Instagram dibandingkan dengan platform lainnya adalah fitur *instagram story, reels, caption, tag, comment, direct message, instagram tv*, dan *photo upload* yang dimiliki oleh Instagram. Fitur Instagram didesain untuk memudahkan penggunaannya untuk melakukan interaksi dari setiap unggahan.

Tidak seperti media social Whatsapp yang hanya berfokus kepada media sosial sebagai sarana berkirin pesan. Instagram memiliki fitur yang jauh lebih mumpuni dalam pelaksanaan pengunggahan konten yang dibutuhkan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis adalah tipe penelitian kualitatif dengan karakteristik deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus dalam membahas fenomena atau gejala yang bersifat alami. Bogdan dan Taylor (dalam Hadisaputra & Prosmala, 2021) menyebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif ini, hasil dari prosedur penelitian yang didapat merupakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau hasil lisan dari subjek penelitian dan peristiwa yang bisa diamati.

Sugiyono (dalam Hadisaputra & Prosmala, 2021) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti dan memahami perilaku individu atau kelompok, dan fenomena sosial dalam kondisi alamiah (natural), sehingga diperoleh data-data deskriptif (non-kuantitatif) dalam bentuk lisan dan atau tulisan, yang kemudian diinterpretasi secara deskriptif pula.

Sehingga penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena yang terjadi oleh subjek penelitian dalam sebuah peristiwa yang digambarkan dengan deskripsi kata-kata berdasarkan data yang ada di lapangan dengan keadaan yang sesungguhnya tanpa ada perlakuan

khusus. Penelitian deskriptif kualitatif hanya mendeskripsikan peristiwa yang ada yang merupakan peristiwa alamiah, penelitian ini lebih memperhatikan karakter dan kualitas dari setiap kegiatan yang terjadi tanpa adanya manipulasi data.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana manajemen yang dilakukan oleh sebuah instansi pemerintah dalam mengelola media sosial Instagram selama masa pandemi COVID-19. Dalam hal ini, narasumber kunci yaitu admin media sosial dan juga koordinator lapangan sangat berperan aktif untuk membantu peneliti memahami manajemen yang diterapkan di Biro Administrasi Pimpinan Pemerintah Provinsi Lampung.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah penelitian kualitatif. Fokus penelitian dibutuhkan agar penelitian yang dilakukan dapat dibatasi sesuai dengan ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan serta memegang peranan penting dalam membantu peneliti untuk menentukan alur dan jalannya penelitian. Fokus penelitian diperlukan untuk membantu peneliti menyaring data yang dibutuhkan serta relevan. Peneliti akan memfokuskan penelitian dengan manajemen media sosial Instagram menggunakan Teori Manajemen Humas yang dikemukakan oleh Cutlip & Center (dalam Broom and Sha, 2013) yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan Setda Provinsi Lampung dalam melaksanakan fungsi pelayanan publik. Untuk dapat membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian maka yang menjadi fokus utama penelitian yaitu :

1. Mengetahui dan mendeskripsikan secara mendalam tahapan manajemen media sosial Instagram @pemprovlampung_ yang dikelola oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan sesuai dengan Teori Manajemen Humas yang dikemukakan oleh Cutlip & Center selama periode COVID-19 tahun 2021. Manajemen media sosial yang akan diteliti berupa tahapan-tahapan manajemen yang diterapkan Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan dimulai dari penemuan data, perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan komunikasi, hingga evaluasi.

3.3 Sumber Data

Sumber data utama dalam sebuah penelitian kualitatif adalah deskripsi kata-kata dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Rijali, 2019). Sumber data perlu diperhatikan karna berperan penting dalam keselarasan dan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan. Data merupakan komponen utama dalam penyusunan sebuah informasi yang berasal dari sebuah kejadian atau peristiwa yang dapat dijarikan sebuah informasi baik informasi inti maupun informasi pendukung.

Pada penelitian ini, sumber data primer yang akan diperoleh oleh penulis adalah wawancara mendalam yang akan dilaksanakan secara langsung kepada praktisi humas pemerintahan yaitu pegawai pada sub bagian dokumentasi pimpinan yang merupakan bagian dari Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi Lampung. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang berasal dari dokumentasi pimpinan karena seluruh pegawai dokumentasi pimpinan bekerja secara langsung di bawah Pimpinan dalam artian melakukan liputan pimpinan dan melakukan pengelolaan media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi pemerintah Provinsi Lampung. Data sekunder akan didapatkan oleh penulis melalui dokumen yang disimpan dan dikelola oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan, literatur, buku, serta jurnal terkait manajemen komunikasi dan humas pemerintahan.

Adapun yang menjadi narasumber dari penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Praktisi humas Pemerintah Provinsi Lampung yang merupakan anggota Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan
2. Praktisi humas Pemerintah Provinsi Lampung yang ditugaskan untuk melakukan kegiatan liputan selama pandemi COVID-19 tahun 2021
3. Praktisi humas yang mengelola sumber konten yang akan di unggah di akun media sosial Instagram @pemprovlampung_
4. Praktisi humas yang terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan akun Instagram @pemprovlampung_

3.4 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui manajemen media sosial Instagram menggunakan 4 tahap manajerial humas yang dikemukakan oleh Cutlip and Center yang dilakukan Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan Provinsi Lampung terhadap unggahan terkait penanggulangan COVID-19 dalam rentang waktu satu tahun pada tahun 2021 (Januari-Desember) pada akun @pemprovlampung_ sebagai salah satu media komunikasi yang dipilih bagian humas Pemerintah Provinsi Lampung.

Oleh karena itu, lokasi yang tepat untuk melaksanakan observasi dan penelitian yang akan dilakukan adalah Biro Administrasi Pimpinan pada bagian Dokumentasi Pimpinan Setda Provinsi Lampung yang berlokasi pada Kantor Gubernur Provinsi Lampung yang terletak di Jl. Wolter Monginsidi No. 69, Talang, Telukbetung Selatan, Bandar Lampung City, Lampung 35211. Peneliti memutuskan untuk menggunakan data Pra dan Pasca PPKM Mikro 2021. Penentuan rentang waktu yang diangkat untuk penelitian diambil berdasarkan pertimbangan kebutuhan informasi oleh masyarakat terutama terkait berlangsungnya PPKM Mikro yang terjadi di Provinsi Lampung secara tepat, cepat, dan terpercaya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif harus menggunakan teknik pengumpulan data yang tepat agar tidak keluar dari fokus penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti. Data yang dibutuhkan akan tepat dan relevan apabila peneliti menentukan teknik pengumpulan data yang tepat. Dalam penelitian kualitatif ini, teknik yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumen.

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang memanfaatkan pancaindera kita untuk menerima informasi yang ada disekitar kita, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek,

kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Observasi yang dilakukan dapat berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi terhadap pelaksanaan kegiatan manajemen dan pengunggahan konten Instagram @pemprovlampung_ secara riil dan observasi pelaksanaan kegiatan liputan selama PPKM Mikro 2021.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif secara gamblang dapat dipahami sebagai teknik pengumpulan data dengan cara melakukan serangkaian wawancara atau tanya jawab dengan informan atau narasumber yang telah ditentukan. Menurut Estenberg dalam Sugiyono (2013), wawancara didefinisikan sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksi makna dalam suatu topik tertentu. Salah satu diantara keduanya berperan sebagai pewawancara (interviewer), yaitu yang mengajukan pertanyaan dan satunya lagi menjadi terwawancara (interviewee), yaitu yang menjawab pertanyaan.

Dari berbagai penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tehnik wawancara adalah proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai. Wawancara akan dilakukan kepada pegawai dari Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan. Tugas dari staf dokumentasi pimpinan adalah melakukan liputan kegiatan seperti pembuatan video dan foto yang kemudian akan diunggah di internet dan media sosial. Pegawai bagian Dokumentasi Pimpinan berperan di balik layar dalam mengatur segala sesuatu terkait pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi yang digunakan Pemerintah Provinsi Lampung.

3. Dokumen

Cara lain yang digunakan peneliti dalam memperoleh data dan informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi telah terjadi. Dalam hal ini peneliti akan mengambil data yang berasal dari unggahan Instagram @pemprovlampung_ yang merupakan arsip kegiatan yang telah dilaksanakan. Selain itu, dokumen atau data yang diambil berupa data perkembangan akun instagra, @pemprovlampung_

Menurut Sugiyono (dalam Nilamsari, 2014) studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan/menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitian kualitatifnya

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis data kualitatif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Dikemukakan Miles&Huberman, 1984). Penggabungan ketiga komponen utama dalam melakukan analisis data penelitian kualitatif ini sangat penting. Hal tersebut berkaitan dengan penentuan arahan dalam menarik kesimpulan sebagai hasil akhir penelitian (Nugrahani, 2014)

Dasar pemilihan data kualitatif adalah sumber data utama dari penelitian berupa rangkaian kata dan bukannya angka serta tidak bisa digolongkan kedalam sebuah unsur klasifikasi. Tiga tahap analisis kegiatan akan dilakukan secara bersamaan yang dalam artian antara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan akan terjadi suatu proses keterkaitan yang saling menjalin yang merupakan proses siklus dan interaksi pada sebuah keadaan sebelum, sesaat, dan setelah pengumpulan data dalam bentuk setara atau sejajar yang akan membangun sebuah wawasan yang disebut “analisis”.

Pada kesempatan ini, peneliti akan melakukan analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup hasil wawancara dan observasi, melaksanakan reduksi data, dan interpretasi data. Setelah pelaksanaan proses tersebut, dari hasil interpretasi akan dapat ditarik sebuah kesimpulan. Berikut merupakan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti :

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah sebuah proses yang diterapkan kepada data untuk dipilih, dipusatkan, disederhanakan, dan juga transformasi data kasar yang didapat di lapangan yang meliputi peringkasan data, pengkodean, penelusuran tema, dan pembuatan gugus dengan cara melakukan seleksi antar data, pembuatan ringkasan, dan penggolongan data. Reduksi data merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti dalam menyimpulkan dan memilah data yang sekiranya dibutuhkan dan esensial sebagai komponen pendukung penelitian. Data yang didapat akan diringkas dan dikumpulkan ke dalam konsep, kategori, dan tema yang akan dilakukan secara berkali-kali untuk menghasilkan konklusi dan penyajian data yang valid. (Rijali, 2019)

Data dalam penelitian ini akan didapat dari wawancara secara mendalam dengan narasumber yang merupakan pegawai Biro Administrasi Pimpinan bagian Dokumentasi Pimpinan Setda Provinsi Lampung atau yang terjun secara langsung dalam pengelolaan atau manajemen media sosial Instagram @pemprovlampung_ dan juga observasi yang dilakukan terhadap sistemasi kerja yang dilakukan. Informasi atau data akan diseleksi dan diambil yang sekiranya dibutuhkan seperti data terkait *engagement* unggahan Instagram @pemprovlampung_ yang akan diambil terkait unggahan selama pandemi COVID-19 tahun 2021.

2. Penyajian Data

Setelah melalui proses reduksi data sehingga data yang diambil merupakan data yang esensial untuk mendukung penelitian yang dilakukan, data tersebut akan diolah sedemikian rupa menjadi sebuah data yang utuh, Peneliti akan melakukan penyusunan dan korelasi data untuk menciptakan sebuah informasi yang dapat dengan mudah dicerna. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan

informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Hasil dari pengolahan data tersebut dapat berupa sketsa, sinopsi atau bentuk lainnya. Data esensial tersebut akan diciptakan menjadi sebuah data yang dapat memudahkan peneliti mencapai tujuan dari penelitian dan juga memudahkan pemaparan dan penarikan kesimpulan. Peneliti akan menggunakan sebuah perangkat lunak yang dapat mengelola hasil penelitian, yaitu *software* ATLAS.ti. *Software* ini dapat membantu peneliti mengelola data mentah menjadi data yang lebih sistematis dan dapat dipahami. Contohnya adalah mengubah hasil wawancara ke kutipan yang kemudian akan ditandai ke dalam daftar kode yang relevan sehingga dapat membantu menganalisis data wawancara.

Secara garis besar, proses penggunaan aplikasi ATLAS.ti yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a Membuat HU (*Heurmeunistic Unit*)
- b *Input* data: Membuat beberapa PD (*Primary Document*), masukkan data yang ingin di analisis ke dalam software ATLAS.ti
- c Memilih data: Membuat beberapa *quotation* dari setiap data yang sekiranya penting bagi peneliti.
- d Memberikan *coding*: Menentukan kode yang akan digunakan dan menandai data dengan kode yang sesuai.
- e Melakukan analisis: Membuat suatu gambaran jaringan (*network*)
- f Mencari data: Menggunakan *query tool*, peneliti dapat menganalisis hubungan antara masing-masing data melalui kode yang telah dibuat sebelumnya pada setiap data.
- g Membuat memo
- h Menghasilkan suatu *output* berupa tabel atau bagan (Afriansyah, 2018)

Setelah data yang dimiliki peneliti diolah menggunakan aplikasi ATLAS.ti, peneliti dapat dengan mudah melakukan verifikasi, analisis, dan penarikan kesimpulan dari data yang telah diolah tersebut sehingga hasil penelitian yang dimiliki peneliti akan semakin terstruktur dan dapat mudah dipahami.

1. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Proses penyajian dan pemaparan data tentu saja tidak langsung hanya sekali jadi dari observasi, melainkan peneliti harus berkali-kali mencocokkan hasil observasi dengan apa yang benar terjadi di lapangan. Peneliti harus dengan akurat mengetahui letak permasalahan dan juga melaksanakan pencarian data. Data yang dikumpulkan kemudian akan diverifikasi untuk menciptakan observasi yang akurat. Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terusmenerus selama berada di lapangan.

Penarikan kesimpulan akan diverifikasi selama penelitian berlangsung, hal ini dilakukan dengan memikirkan kembali kesimpulan dalam selama proses penulisan, melakukan tinjauan ulang catatan lapangan, melaksanakan tinjauan kembali dengan melakukan diskusi dan tukar pikir dengan pihak terlibat yang dalam ini merupakan narasumber.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian kualitatif, peneliti harus mendapatkan data yang valid sehingga data yang dikumpulkan harus menjalankan proses validasi data sehingga tidak menghasilkan data yang cacat atau tidak lengkap. Pada penelitian yang akan dilakukan, teknik validasi data sehingga mendapatkan data yang absah dan lengkap menggunakan teknik Triangulasi Data.

Triangulasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan metode ganda. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk melakukan pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri. Triangulasi melakukan pengujian data yang sudah ada sebagai salah satu cara untuk memperkuat tafsir dan meningkatkan kebijakan dengan basis bukti atau data yang telah tersedia. Menurut Susan Stainback (dalam Bachri, 2010), tujuan dari pengkajian ulang data dengan triangulasi tidak bertujuan untuk membuktikan kenyataan terkait sebuah peristiwa, melainkan untuk meningkatkan pemahaman terkait hal yang diteliti yang dalam hal ini merupakan data dan fakta yang dimiliki oleh peneliti.

Teknik Triangulasi yang akan dilakukan oleh peneliti adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber memungkinkan peneliti untuk mengkaji kembali derajat kepercayaan dari sebuah informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan perbandingan dari pengamatan dengan wawancara yang dilakukan dengan narasumber. Peneliti juga akan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada sehingga menghasilkan data yang valid dan bisa dipercaya.

Selain itu peneliti juga akan meminta narasumber yang memahami dan berkecimpung di dunia media sosial terutama di Instagram untuk melakukan pengamatan terhadap instagram @Pemprovlampung_ dan membandingkan hasil penelitian berupa hasil wawancara dengan situasi riil yang terjadi terhadap akun tersebut. Narasumber yang akan melakukan pengecekan keabsahan data adalah Bapak Tiondon. Tiondon merupakan seorang wartawan juga admin media sosial Instagram dengan nama pengguna @infokiay. Akun Instagram @infokiay sendiri merupakan salah satu *platform* media massa *online* yang menyorot informasi terkini seputar Lampung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Esensi dari penggunaan media sosial oleh instansi pemerintahan sendiri adalah untuk bisa terhubung secara langsung dengan masyarakat sehingga dapat menimbulkan kolaborasi dan partisipasi dari masyarakat. Media sosial dinilai dapat mendorong efisiensi pemerintah dalam melaksanakan pelayanan masyarakat dengan jangkauan khalayak yang lebih luas. Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi juga diimplementasikan saat terjadi komunikasi krisis yang dilakukan oleh pemerintah seperti pada masa pandemi.

Pengelolaan media sosial perlu diperhatikan karena sejatinya media sosial pemerintah merupakan bentuk representasi dari pemerintah dalam melaksanakan pelayanan publik kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan terhadap manajemen media sosial Instagram @pemprovlampung_ menggunakan 4 tahap manajerial humas yang dikemukakan oleh Cutlip & Center, disimpulkan bahwa ada beberapa improvisasi yang harus dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan.

Pada tahap penemuan data, Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan berusaha bergabung ke dalam masyarakat melalui dunia digital dan berpedoman pada visi dan misi pemerintah Provinsi Lampung serta Peraturan Gubernur Lampung no 56 tahun 2021 yang menjadi landasan dalam penentuan tahap perencanaan dan pemrograman. Strategi yang diterapkan dalam tahap perencanaan dan pemrograman berfokus kepada peningkatan kualitas sumber daya manusia dan sumber daya alat yang dapat membantu meningkatkan kualitas konten yang diunggah di media sosial. Pada tahap ini, Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan

memfokuskan penggunaan media sosial Instagram melihat besarnya massa atau pengikut yang dimiliki oleh akun @pemprovlampung_. Selain itu, strategi yang diterapkan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan agar pelaksanaan tugas dan tanggung jawab menjadi lebih optimal adalah dengan menerapkan sistemasi pengolahan data sehingga data yang diliput layak untuk diunggah sebagai konten publikasi di Instagram.

Pada proses publikasi konten yang termasuk ke dalam pelaksanaan komunikasi, terdapat kontrol dalam interaksi yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan yang menyebabkan praktisi humas pemerintah tidak bisa dengan cepat menanggapi atau menjawab pertanyaan dari masyarakat yang berdampak pada minimnya komunikasi yang terjalin secara dua arah. Komunikasi dua arah juga tidak bisa dilaksanakan karena kurangnya andil pimpinan dalam proses pelaksanaan komunikasi di akun Instagram @pemprovlampung_.

Minimnya komunikasi dua arah yang terjalin menyebabkan kurangnya respon dari masyarakat terhadap setiap publikasi yang dilakukan di akun @pemprovlampung_ sehingga tidak banyak saran atau *feedback* yang dari masyarakat yang dapat dijadikan bahan evaluasi terhadap pengelolaan media sosial Instagram @pemprovlampung_. Evaluasi dilakukan berdasarkan saran dan masukan dari atasan serta evaluasi pribadi dengan mempelajari akun sejenis.

Pada saat pandemi, para praktisi humas melaksanakan pengelolaan media sosial sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Namun, terdapat penyesuaian yang harus dilakukan mengikuti regulasi dan protokol yang berlaku. Perubahan paling menonjol adalah penyesuaian jadwal peliputan menggunakan sistemasi piket untuk menghindari kontak fisik dan juga pengalihan peliputan yang dilaksanakan secara daring.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Saran kepada Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan adalah lebih fokus lagi terhadap pengelolaan sosial media dengan menambah tenaga kerja yang berfokus mengelola (admin) akun sosial media. Menambah pengetahuan dengan pengumpulan data dan lebih aktif berdiskusi dan berkolaborasi dengan pimpinan untuk meningkatkan komunikasi melalui media sosial dengan masyarakat
2. Menambah skala interaksi dan jangkauan, interaksi yang dilakukan mungkin bisa dilakukan dengan permainan menggunakan fitur yang disediakan instagram atau kuis terkait informasi seputar Lampung sehingga *audience* merasakan keterikatan yang dapat membangun persepsi positif.
3. Menerapkan manajemen risiko dalam tahapan evaluasi sebagai tindakan preventif dalam pengelolaan media sosial
4. Penelitian mengenai media sosial pemerintahan perlu dilakukan lebih lanjut melihat keterkaitan konsep yang ada dengan kasus praktis yang ada di lapangan sehingga media sosial pemerintah dapat dikelola secara optimal dan komunikasi yang terjalin dapat dilakukan secara dua arah dengan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdussamad, Z. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif.
- Alyusi, S. D. (2019). Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial. Prenada Media.
- Broom, G. M., & Sha, B. L. (2013). Cutlip and Center's: Effective Public Relations. eleventh e. England: Pearson Education Limited.
- Heryanto, G. G. (2018). Media Komunikasi Politik. IRCiSoD.
- Jefkins, F. (1983). *Public relations for marketing management*. Springer.
- Khan, Gohar F. (2017). *Social Media for Government. Social Media for Government*.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 13(2), 177–181
- Romli, Khomsahrial. 2016. Komunikasi Massa. Jakarta: Grasindo
- Suparno, B. A., Muktiyo, W., & Susilastuti DN, S. D. (2016). Media Komuniasi. Representasi Budaya dan Kekuasaan. UNS PRESS. (buku)
- Sutikno, M. Sobri, dan Prosmala Hadisaputra. 2020. PENELITIAN KUALITATIF. Lombok: Holistica.
- Widiastuti, Rosarita Niken . 2018. Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Grasindo
- Zaenal, M., & Laksana, M. W. (2015). Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV Pustaka Setia.

Jurnal

- A.Mishaal, D., & Abu-Shana, E. b. (2015). *The Effect of Using Social Media in Governments: Framework of Communication Success*. 357–364.
- Afkarina, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 50–63.
- Afriansyah, E. A. (2018). Penggunaan Software ATLAS.ti sebagai Alat Bantu Proses Analisis Data Kualitatif. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(2), 53–63.
- Blasius Sudarsono. (2003). Dokumentasi, Informasi, Dan Demokratisasi. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 27(1).
- Cut Medika Zellatifanny, B. M. (2018). The type of descriptive research in communication study. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.
- Erliana, H. (2014). Paradigma Komunikasi Pemerintahan. *Jurnal Komunikasi Pemerintahan*, 54.
- Darwis, Y., & Rizal, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Informasi Facebook Terhadap Pembentukan Citra Positif Pemerintah Kota Padang (Studi Pada Media Sosial Facebook Humas dan Protokol Kota Padang, September 2014-Maret 2015). *Communication*, 6(2).
- Hastrida, A. (2021). Process of Government Social Media Management: Benefit and Risk. *JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK*, 25(2).
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998), 1–11.
- Idris, I. K. (2018). Government social media in Indonesia: Just another information dissemination tool. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 337-356.
- Izzati, Afifah Nurul, Azmi Pratama, IGAA Mas Aristamy, Nina Fadilah Najwa, and Nur Aini Rakhmawati. 2018. “KATEGORISASI JENIS INTERAKSI PEMERINTAH DAN MASYARAKAT SERTA POPULARITAS MEDIA SOSIAL PEMERINTAH DAERAH.” *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)* 14 (1): 68–70
- Kartikawangi, D. (2020). Focus group based evaluation of social media usage in Indonesia’s digital government. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(1), 41–58

- Kertamukti, R., Ilmu, D., Uin, K., & Kalijaga, S. (2015). *INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)*. 08(01), 57–66.
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60.
- Makhya, S., & Windah, A. (2020). The influence of social media on public policy changes in Bandar Lampung city. *Humanities and Social Sciences Letters*, 8(1),
- Nababan, S. (2020). Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi Kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 1–15.
- Pramiyanti, A., Mayangsari, I. D., Nuraeni, R., & Firdaus, Y. D. (2020). Public perception on transparency and trust in government information released during the COVID-19 pandemi. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(3), 351-376.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif (Qualitative Data Analysis). *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.

Skripsi

- Azzahra, A. D. (2022). ANALISIS PENGGUNAAN WEBSITE DAN INSTAGRAM SEBAGAI BENTUK PELAYANAN INFORMASI BAGI HUMAS DI POLITEKNIK NEGERI LAMPUNG (POLINELA).
- Tasyari, A. B. H., & Razak, R. (2023). Praktek Kehumasan Pada Manajemen Media Sosial Instagram Ardan Radio. *Eproceedings of Management*.
- Gardatama, H. (2021). Kebijakan Media Sosial Pemerintah Kota Surakarta dalam Menyampaikan Informasi Mengenai Covid-19 Kepada Masyarakat.

Internet

- Balai Pemasarakatan Kelas I Tangerang. 2020. *Manajemen Resiko Balai Pemasarakatan Kelas I Tangerangan*. Diperoleh 6 Juni 2023 dari <https://bapastangerang.kemenkumham.go.id>