

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengelolaan adalah proses mengawasi segala hal yang berkaitan dengan pelaksanaan kebijakan dan pencapaian tujuan. Secara umum, pengelolaan atau manajemen adalah aktivitas mengubah sesuatu menjadi lebih baik sesuai perencanaan yang telah ditetapkan hingga memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat.

Public Relations digital telah menjadi fenomena yang menarik dan akhir-akhir ini ramai diperbincangkan di kalangan profesional dan peneliti Public Relations. Public Relations digital merupakan konsep baru yang lahir dari perkembangan dan digitalisasi teknologi. Ketika dunia Public Relations terus berkembang, hal-hal baru dan tren baru muncul dalam pekerjaan profesional Public Relations beberapa pihak menyadari perubahan yang cepat ini, dan yang lain belum menyadarinya.

PR digital telah menjadi seni baru di dunia PR dan sekarang banyak digunakan. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan pada digital PR, hasilnya menunjukkan bahwa praktik PR di Industri 4.0 terus berubah, membuat banyak penyesuaian dengan perkembangan di era digital.

Menurut Gonzalez dan Wang, media sosial menyediakan cara untuk saling ketergantungan, menciptakan hubungan antar manusia melalui teknologi digital, dan mempercepat komunikasi dalam konstruksi. memahami dan mengambil tindakan kolektif. Media sosial juga memiliki keunggulan dalam hal menjangkau dan mempengaruhi audiens. Di era digital ini, banyak orang dikenal melalui berbagai media sosial. Salah satunya adalah media sosial Instagram¹. Disini

¹ Mega Silvia, *Strategi Content Creator Pada Dakwah di Media Sosial*, Bandung: UPI, 2019, h 10

penulis menggunakan media sosial Instagram untuk penelitian. Hal ini dikarenakan Instagram merupakan media sosial yang paling dibutuhkan anak muda.²

Instagram menghubungkan dunia fisik dan digital, meningkatkan kesadaran akan keberadaan dan identitas online Anda dan memungkinkan interaksi yang lebih efektif untuk tujuan pribadi maupun tujuan lainnya. Pengguna Instagram didominasi anak muda dan menarik komunitas yang lebih beragam daripada media sosial lainnya. Menurut Ardianto, komunikasi di Instagram meningkat signifikan. Instagram adalah alat media sosial yang melibatkan audiens Anda melalui konten yang diunggah. Maka tak heran jika banyak orang menjadikan Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling efektif untuk berkomunikasi dengan audiensnya.

Namun, untuk menarik perhatian pengguna Instagram, konten yang menarik harus dilihat, dibaca, dan diikuti oleh pengguna. Jadi kami membutuhkan orang-orang yang ahli dalam pembuatan konten. Seseorang yang akrab dengan karakteristik media sosial dan tren desain, dan yang memiliki keahlian untuk membuat tema produksi konten.

Namun, untuk menarik perhatian pengguna Instagram, konten yang menarik harus dilihat, dibaca, dan diikuti oleh pengguna. Jadi membutuhkan orang-orang yang ahli dalam pembuatan konten. Seseorang yang akrab dengan karakteristik media sosial dan tren desain, dan yang memiliki keahlian untuk membuat tema produksi konten.

Instagram ialah salah satu media sosial yang menawarkan fitur terlengkap seperti gambar, video, dan berbagai fitur untuk meningkatkan estetika gambar dan video yang diunggah. Manfaatkan fitur canggih Instagram untuk fasilitas media Islami, misalnya.

² Abbott. L.J. Parker. S, dkk. 2003. *The Association Between Audit Committee Characteristics and Audit Fees. Auditing, A Journal of Practice & Theory*. Vol. 22. No. 2. pp

Semakin meningkatnya pengguna Instagram terlebih media umum kini bisa dipakai secara mobile pada perangkat misalnya telepon genggam atau personal computer, tablet dan juga fitur-fitur pada Instagram yg menarik minat para penggunanya buat lebih eksplor platform media umum Instagram maka kelebihan- kelebihan ini yg berakibat siapapun akan bahagia, gampang mengakses Instagram dimanapun & kapanpun. Pada sisi semakin pesatnya pengguna Instagram ini juga yang ditangkap sebagai peluang perusahaan menjadikan Instagram sebagai salah satu media informasi untuk menjangkau khalayaknya.

Akun Instagram Naseeha Project adalah salah satu akun dakwah yg mempunyai fungsi digital Public Relations. Salah satu tugas digital Public Relations akun Instagram Naseeha Project yaitu mengelola akun media umum, akun media umum yg dikelola antara lain yaitu Instagram. Akun Instagram menggunakan nama @NaseehaProject adalah merupakan salah satu media yg dipakai buat berbagi informasi dakwah, berbagi fakta tentang ilmu pra-nikah & membuka kelas edukasi pra nikah yang sesuai koridor syariat Al-Quran & As-Sunnah dengan harapan dapat menjadi patner rumah tangga impian muslim.

Cuplikan poster dakwah, video amalan harian kreatif dan pengingat yang dibuat oleh digital Neseeha Project dan dibagikan di akun Instagram menjadikan atusias public meningkat. Produksi video, poster kelas pra-nikah dan pamflet untuk kelas pendidikan pranikah harus dikelola dengan penjangkauan digital. Perkembangan teknologi akan terus digunakan untuk mendukung pekerjaan Public Relations . Jika sebelumnya humas dilakukan hanya dengan cara tradisional, dan tentu saja tidak kali ini, fungsi humas di dunia digital adalah kekuatan yang bisa berdampak baik pada bisnis. Dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan perusahaan, instansi atau lembaga yang dikelola.

Studi ini menganalisis bagaimana pengelolaan digital PR mengemas pengelolaan konten dakwah yang didasarkan pada meningkatnya digitalisasi dengan harapan dapat bertransformasi dan melakukan banyak adaptasi sehingga menghasilkan perkembangan dalam mendorong mempertahankan kelangsungan

perusahaannya³. Ketatnya persaingan di era 4.0 ini mendorong kreator dakwah untuk mengembangkan berbagai strategi dan salah satunya adalah pengelolaan digital Public Relations. Peneliti tertarik mempelajari fenomena ini dan mempelajari konsep humas. Hal ini karena Manajemen Public Relations dapat menjalin, memelihara, dan membangun⁴, komunikasi yang baik antara Manajemen Naseeha Project dan publiknya.

Peneliti memilih akun Naseeha Project karena merupakan salah satu akun terpopuler di Indonesia. Itu yang paling populer karena penulis memilih akun dengan lebih dari 10,9rb pengikut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa akun ini populer di kalangan masyarakat Indonesia. Konten Dakwah yang masuk dalam akun Naseeha Project adalah untuk para ikhwan atau akhwat yang ingin menikah dari jomblo menjadi menikah namun ingin melakukannya dengan cara yang disyariatkan dengan taaruf. Hal ini penting untuk peneliti amati karena akun Naseeha Project memberikan pencerahan tentang ilmu pranikah, dimana remaja seringkali masih belum dewasa dan emosinya belum stabil sehingga penting untuk mempelajari ilmu pernikahan sebelum memulai rumah tangga impian.

Terkait dengan permasalahan di atas, maka dalam penelitian ini peneliti bermaksud mengangkat permasalahan yang berkaitan dengan pengelolaan digital Public Relations konten dakwah. Untuk itu dalam penelitian ini di beri judul : "Pengelolaan Digital Public Relations Naseeha Project Dalam Mengemas Konten Dakwah di Akun Instagram".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tahap perencanaan (planning) digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram?

⁴ Mega Silvia, *Strategi Content Creator Pada Dakwah di Media Sosial*, Bandung: UPI, 2019, h 16

2. Bagaimana tahap mengambil tindakan dan komunikasi Digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram?
3. Bagaimana tahap evaluasi digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram?

C. Batasan Istilah

Agar pembahasan berfokus pada suatu permasalahan penulis membatasi kajian ini tentang pengelolaan digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram.

1. Pengelolaan sama dengan makna manajemen. Sebab antara pengelolaan serta manajemen mempunyai tujuan yang sama ialah tercapainya tujuan organisasi lembaga. Pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik, memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat. Pengelolaan ini dibutuhkan dalam semua bidang organisasi, karena tanpa adanya pengelolaan atau manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit. Manajemen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penerapan fungsi perencanaan dan evaluasi dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram Naseeha Project.
2. Digital adalah bentuk modernisasi atau pembaharuan penggunaan teknologi, sering dikaitkan dengan keberadaan internet dan teknologi komputer. Tempat dimana bisa melakukan semuanya dengan fasilitas yang canggih untuk mempermudah hubungan manusia. Hal ini menjadikan peran digital sangat penting dalam memanfaatkan internet guna

mendukung⁵ dan memaksimalkan berjalannya PR mengusahakan ikatan baik dengan publiknya guna meraih tujuan.

3. Public Relations suatu proses ini memiliki tujuan untuk saling menguntungkan, menanamkan keinginan baik, pengertian dan kepercayaan untuk saling sehingga muncul citra yang baik dari publik terhadap organisasi/ perusahaan agar membangun dan mempertahankan hubungan antara organisasi dan masyarakat. Peneliti tertarik untuk meneliti serta dikaji menggunakan konsep kehumasan karena pengelolaan digital Public Relations dapat membangun⁶, memelihara dan menjaga komunikasi yang baik antara pengelola akun Naseeha Project dengan publiknya.
4. Konten dakwah digital Instagram yang dikelola oleh bapak Leonetti Priangkasa dimaksud dalam penelitian ini adalah menggunakan isi atau ide kreatif yang dituangkan dalam bentuk gambar dan video dakwah singkat yang bertujuan untuk mendakwah kan ilmu syar'i sebelum pernikahan supaya mengajak remaja sekarang menuju kepada kebaikan dan mencegah dari perbuatan kemungkaran.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui tahap perencanaan (planning) digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram
2. Untuk mengetahui tindakan dan komunikasi digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram
3. Untuk mengetahui tahap evaluasi digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram

⁶ Ibid, Hlm 16

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membagikan utilitas teoritis atau praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi khazanah ilmu pengetahuan bagi mahasiswa bidang studi komunikasi khususnya Public Relations atau humas, yang membawa ide-ide baru dalam dunia kehumasan dan menunjukkan bahwa kehumasan saat ini memasuki era 4.0. dimana teknologi sudah cukup banyak mempengaruhi kerja seorang Public Relations. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi awareness bagi perguruan tinggi untuk lebih meningkatkan kompetensi studi Public Relations digital.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan khususnya bagi pengelolaan konten dakwah di akun Instagram Public Relations dan menjadi awareness bagi para praktisi bahwa aktivitas Public Relations saat ini sudah memasuki era 4.0, dimana teknologi sudah cukup banyak mempengaruhi kerja seorang Public Relations. Kegunaan Penelitian sebagai bahan analisis dan pembelajaran bagi peneliti sendiri juga menjadi sebuah sumber informasi untuk peneliti lain dari semua pihak yang memiliki kepentingan.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan isi yang terdapat dalam penelitian, penulis memberikan pembahasan yang sistematis berdasarkan bab dan beberapa sub bab yaitu:

Bab I adalah bab pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Pada Bab II adalah bab yang mengutarakan tentang landasan teori yang terdiri dari pengelolaan, Public Relations, konten dakwah Instagram.

Pada Bab III adalah bab yang menguraikan tentang metode penelitian yang meliputi lokasi penelitian, informan penelitian, alat pengumpulan data dan teknik analisis data.

Pada Bab IV adalah hasil penelitian yang menguraikan tentang pengelolaan digital Public Relations Naseeha Project dalam mengemas konten dakwah di akun Instagram.

Bab V merupakan bab akhir peneliti yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN