

**STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN ISU PUBLIK
PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :

ACHMAD RISKI YULIANTO

NIM : 1513211051

KONSENTRASI HUMAS

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA

SURABAYA

2019

STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN ISU PUBLIK PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Oleh :

ACHMAD RISKI YULIANTO

NIM : 1513211051

KONSENTRASI HUMAS

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA

SURABAYA

2019

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BHAYANGKARA

SURABAYA

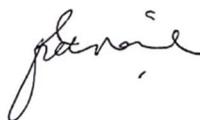
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Disusun Oleh : Achmad Riski Yulianto
NIM : 1513211051
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik
Pemerintah Provinsi Jawa Timur

Menyetujui

Surabaya, 1 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing II



Drs. I. Dewa Nyoman S, S.H., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1)

Pada Tanggal *10 Juli*.....2019

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Soial dan Ilmu Politik
Universitas Bhayangkara Surabaya

Dekan



Ismail S.Sos,M.Si

Dewan Penguji :

Tanda Tangan

1. Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos., M.Si. (Ketua)

()

2. Dra. Rini Ganefwati, M.Si (Anggota)

()

3. Julyanto Ekantoro, SS., M.Si (Anggota)

()

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Riski Yulianto

NIM : 1513211051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa Skripsi berjudul :

“Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur”

Merupakan hasil karya tulis ilmiah yang bersifat original atau bukan plagiasi baik sebagian atau keseluruhan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam karya tulis ilmiah dimaksud, maka saya bersedia dituntut sebagaimana peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Surabaya, 10 Juli 2019

Yang Menyatakan,



ACHMAD RISKI YULIANTO.

NIM. 1513211051

MOTTO

“gunakan sisa hidup yang terbaik untuk berislam dengan benar, mendekat kepada allah dan kemudian istiqomah, jika allah berkehendak baik pasti akan di buka jalan kebaikan lebih indah dari apa yang di dapatkan terdahulu”

(Uztadz Adi Hidayat)

“hidup bukan sekedar hanya untuk mengejar duniawi, menabunglah amalan kebaikan agar menjadi bekal di akhir hayat mu nanti”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan untuk Allah SWT
Kedua orang tua yang selalu mendukung dan
memberikan saya motivasi agar mampu menyelesaikan
akripsi ini

Serta Terimakasih

Kepada Universitas Bhayangkara Surabaya.

Dosen Pembimbing :

Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos., M.Si.

Drs I Dewa Nyoman S, S.H., M.Si

Kepada Instansi memberikan izin untuk peneliti

Teman Seperjuangan 2015

Kepada saudara - saudara dan teman lama

Terimakasih kepada Allah SWT,

Yang telah memberikan rezeki kepada kedua orang tua saya untuk melanjutkan pendidikan sampai sejauh ini, walaupun ada beberapa kendala yang saya alami, namun dengan doa serta usaha dan niat, saya mampu untuk menyelesaikannya.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT., karena atas berkat limpahan rahmat dan rahim – Nya sehingga skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur” dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini dikerjakan dan diajukan untuk memenuhi kewajiban bagi mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1). Pengerjaan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Edy Prawoto, SH., M. Hum, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Bapak Drs. Ismail, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Ibu Dr. Ita Kusuma Mahendrawati, M.Si. selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan bimbingannya kepada penulis selama studi 4 tahun.
4. Bapak M. Fadeli. S.Sos, M.Si, selaku Dosen Wali Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya angkatan 2016 yang telah memberikan nasihat dan bimbingannya kepada penulis selama studi 4 tahun.

5. Ibu Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos., M.Si., selaku Dosen pembimbing I skripsi yang telah memberikan bimbingannya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs I Dewa Nyoman S, S.H., M.Si. selaku Dosen pembimbing II skripsi yang telah memberikan bimbingannya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Eko Setiawan, selaku kepala seksi sumber daya komunikasi publik yang telah membantu memberikan informasi dan data mengenai strategi komunikasi manajemen isu publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur
8. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu – persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penulisan skripsi ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengalaman penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 10 Juli 2019

Penulis,

Achmad Riski Yulianto

STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN ISU PUBLIK PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR

Achmad Riski Yulianto

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

Bhayangkara Surabaya

E – mail : riskiyulianto79@gmail.com

ABSTRAK

Pemerintah (setiap instansi) memiliki banyak isu kebijakan publik bahkan setiap tahun bisa berganti (berkurang/bertambah). Pengelolaan / manajemen isu merupakan bagian dari tugas seorang *Public Relations* di sebuah instansi, yang menjadi sangat penting untuk sebuah keberlangsungan instansi. Manajemen isu sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh instansi untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu yang muncul di publik.. Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Selain arah juga harus dapat menunjukkan taktik operasional. Dengan mengetahui isu-isu potensial, pemerintah melakukan dua strategi komunikasi publik yaitu manajemen isu publik dilakukan dengan monitoring media dan analisis isu publik serta mengangkat isu publik sebagai bahan pemberitaan dalam media pemerintah. Strategi komunikasi pemerintah bisa dikatakan efektif apabila hasil analisis isu publik selaras dengan pemberitaan media di pemerintah..

Tujuan penelitian ini adalah memperoleh deskripsi tentang bagaimana Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Jawa Timur. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam kepada pihak yang terlibat dalam optimalisasi program dalam mewujudkan mutu pelayan publik dan kepada masyarakat. sedangkan teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data valid atau gambaran yang di lapangan.

Jika manajemen isu didefinisikan sebagai upaya terstruktur dan terencana untuk mengelola informasi agar sesuai dengan sebuah perspektif tertentu kepada publik lewat media, maka pemantauan media adalah alat untuk mengukur sejauh mana keberhasilan manajemen isu tersebut. Untuk mengetahui keberhasilan monitoring sebuah manajemen isu adalah pesannya muncul dimedia atau tidak, lalu pesannya konsisten dengan framing atau tidak. Secara konvensional, dilakukan dengan mencari kata kunci tertentu dalam pemberitaan media, dan mengkliping berita yang dimaksud. Dengan perkembangan teknologi, pemantauan bisa dilakukan dengan cara komputerisasi.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Manajemen Isu, Publik

COMMUNICATION STRATEGY OF PUBLIC ISSUES MANAGEMENT GOVERNMENT OF EAST JAVA PROVINCE

Achmad Riski Yulianto

Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences,

University Bhayangkara Surabaya

E - mail: riskiyulianto79@gmail.com

ABSTRACT

The government (every agency) has many public policy issues, even every year can change (decrease / increase). Issue management / management is part of the duties of a Public Relations in an agency, which becomes very important for an institution's sustainability. Issue management is a tool that can be used by agencies to identify, analyze, and manage various issues that come to the surface and react to various issues that arise in the public. Communication strategies in essence are planning (planning) and management (management) to achieve a goal. In addition to the direction it must also be able to show operational tactics. By knowing potential issues, the government carries out two public communication strategies, namely the management of public issues carried out by monitoring the media and analyzing public issues and raising public issues as news material in government media. The government's communication strategy can be said to be effective if the results of the analysis of public issues are in line with media coverage in the government ..

The purpose of this study was to obtain a description of how the East Java Government Public Issue Management Communication Strategy. This research method is qualitative descriptive. Data was collected using in-depth interviewing techniques to parties involved in program optimization in realizing the quality of public servants and to the community. whereas documentation techniques are used to obtain valid data or images in the field.

If management issues are defined as structured and planned efforts to manage information to fit a particular perspective with the public through the media, then media monitoring is a tool to measure the extent to which the issue's management is successful. To find out the success of monitoring a management issue is the message appears in the media or not, then the message is consistent with framing or not. Conventionally, it is done by searching for certain keywords in media coverage, and clipping the news in question. With the development of technology, monitoring can be done by computerization.

Keywords: Communication, Strategy, Public, Issue Management

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	8
1.5 Definisi Konsep.....	8
1.6 Metode Penelitian.....	9
1.6.1 Lokasi Penelitian	9
1.6.2 Subyek Penelitian	10

1.6.3 Fokus Penelitian	10
1.6.4 Sumber Informasi	10
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data.....	11
1.6.6 Teknik Analisa Data	11
1.6.7 Langkah – Langkah Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	18
2.3 Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemprov Jatim	19
2.3.1 Strategi Komunikasi	19
2.3.2 Manajemen Isu Publik	22
BAB III GAMBARAN UMUM.....	37
3.1 Deskripsi Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur	37
3.1.1 Sejarah Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur.....	37
3.1.2 Profil Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur	38
3.1.3 Visi dan Misi	38
3.1.4 Struktur Organisasi.....	41
3.1.5 Tugas Pokok dan Fungsi.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemprov Jawa Timur	64
4.1.1 Tahap Identifikasi Isu	64
4.1.2 Tahap Analisis Isu	67
4.1.3 Tahap Merespon Isu	69

4.1.4 Tahap Pelaksanaan Program Isu.....	72
4.1.5 Tahap Evaluasi	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81
1. Pedoman Wawancara	83
2. Surat Izin Penelitian	84
3. Kartu Bimbingan.....	84
4. Dokumentasi.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual	18
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.2 Sejarah Dinas Kominfo Prov Jatim	37
Gambar 3.1.4 Struktur Organisasi Dinas Kominfo Prov Jatim.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	81
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian	83
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Skripsi.....	84
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi sangat dibutuhkan dalam sehari-hari baik dalam suatu organisasi, lembaga, maupun badan publik. Komunikasi dilakukan siapa saja, komunikasi verbal dilakukan dalam bentuk kata-kata, sedangkan komunikasi nonverbal merupakan komunikasi melalui gesture atau bahasa tubuh seseorang. Baik komunikasi verbal maupun nonverbal dilakukan demi mencapai tujuan yang sama yaitu agar makna pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada orang yang menjadi penenerima pesan.

Bagian terpenting dalam berkomunikasi adalah informasi, karena tanpa informasi yang baik seseorang tidak akan bisa berkomunikasi dengan baik dan tanpa informasi juga seseorang tidak akan mampu untuk berkembang kearah yang lebih baik. Semakin pesatnya sebaran informasi dari berbagai sumber tidak dapat terbendung di era teknologi komunikasi seperti saat ini. Beragam berita dari perusahaan media massa dan berbagai kanal digital dapat dengan mudah diterima tanpa terbatas jarak, mulai dari berita sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya.

Dari banyaknya jumlah media saat ini, maka sangat mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang berkembang. Namun, kemudahan media dan masyarakat dalam menyampaikan dan menerima informasi akan membangun berbagai macam isu dan ragam kepentingan publik. Selain itu, sifat media massa yang cenderung kritis terhadap kebijakan pemerintah, membuat pemerintah provinsi

Jawa Timur harus secara efektif mengelola isu publik yang tengah beredar di masyarakat.

Pola pikir masyarakat yang semakin maju dan berkembang akan semakin menuntut berbagai informasi yang dibutuhkan. Saat ini masyarakat semakin kritis dan berani untuk menyampaikan pendapat, akan terus berupaya untuk mencari informasi yang relevan dengan situasi kondisi yang dihadapinya. Dengan diberlakukannya Undang-Undang nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjadikan tantangan besar bagi jajaran pemerintah dan masyarakat untuk mampu melaksanakannya serta menjadi wajib hukumnya bagi badan publik untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pemerintah (setiap instansi) memiliki banyak isu kebijakan publik bahkan setiap tahun bisa berganti (berkurang/bertambah). Pengelolaan / manajemen isu merupakan bagian dari tugas seorang public relations di sebuah instansi, yang menjadi sangat penting untuk sebuah keberlangsungan instansi. Manajemen isu sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh instansi untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu yang muncul di publik.

Seiring dengan kemajuan teknologi, industri media massa menjadi semakin beragam dan persaingan di antara mereka menjadi semakin ketat dalam memperoleh berita yang sensasional. Sudah menjadi rahasia umum bahwa biasanya berita yang menjadi topik hangat adalah berita yang mengandung suatu masalah yang kontroversial ataupun hal-hal buruk yang sedang menimpa seorang tokoh, sebuah

organisasi/perusahaan hingga sebuah negara. Terutama bila isu yang muncul tersebut memiliki dampak tertentu (biasanya dampak yang buruk) pada masyarakat luas. Semakin hangat topik tersebut dibicarakan publik, semakin giat para wartawan menggali topik tersebut dan mengejar-ngejar para narasumber.

Pengendalian dan pengelolaan isu menjadi sebuah bidang khusus yang harus ditangani humas karena pada saat seperti ini reputasi perusahaan atau instansi berada dalam taruhan. Jelaslah bahwa tujuan utama dari segenap kegiatan PR dari suatu organisasi atau instansi adalah membentuk reputasi organisasi tersebut dan memeliharanya agar mendapatkan kesepahaman dan dukungan dari publik yang ditujunya, serta mempengaruhi opini dan perilaku mereka terhadap organisasi. Dan yang harus terus diingat adalah bahwa reputasi ini sangat rapuh serta dapat hancur seketika akibat kata-kata atau tindakan yang tidak mencerminkan simpati atas suatu realita.

Reaksi manajemen isu yang efektif berdasarkan pada dua aturan kunci: identifikasi awal dan reaksi yang terorganisir dalam mempengaruhi proses kebijakan publik. Yang harus diingat adalah bahwa mengelola isu seharusnya tidak dianggap sebagai kegiatan defensif. Sifat manajemen isu ini adalah proaktif karena manajemen isu adalah sebuah proses yang proaktif, serta terencana yang dirancang untuk mempengaruhi perkembangan sebuah isu sebelum isu tersebut berkembang ke tahap yang membutuhkan manajemen krisis. Manajemen isu juga dilakukan oleh pemerintah provinsi Jawa Timur guna menangkal prostitusi online di Jawa Timur.

Jika manajemen isu didefinisikan sebagai upaya terstruktur dan terencana untuk mengelola informasi agar sesuai dengan sebuah perspektif tertentu kepada

publik lewat media, maka pemantauan media adalah alat untuk mengukur sejauh mana keberhasilan manajemen isu tersebut. Untuk mengetahui keberhasilan monitoring sebuah manajemen isu adalah pesannya muncul dimedia atau tidak, lalu pesannya konsisten dengan framing atau tidak. Secara konvensional, dilakukan dengan mencari kata kunci tertentu dalam pemberitaan media, dan mengkliping berita yang dimaksud. Dengan perkembangan teknologi, pemantauan bisa dilakukan dengan cara komputerisasi.

Kominfo.jatimprov.go.id merupakan salah satu media online yang dikelola pemerintah, tepatnya oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Timur. *website* ini digunakan sebagai media untuk memberitakan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Selain itu, media ini juga digunakan untuk melaporkan prestasi-prestasi yang telah diraih oleh sebuah elemen masyarakat di Jawa Timur, baik itu dari kalangan birokrat pemerintah, akademisi, ataupun praktisi.

Gaya pemberitaan media yang dimiliki Dinas Kominfo Jatim merupakan salah satu strategi yang dipilih untuk membentuk citra positif Pemprov Jatim. Informasi-informasi positif yang disampaikan akan menghasilkan persepsi baik dan memperkuat kognisi masyarakat tentang Pemprov Jatim. Selain dari media online Dinas Kominfo Jatim memberikan sebuah solusi kepada Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui media cetak yang diterbitkan setiap tahun guna mengatasi isu publik yang beredar dimasyarakat. mulai dari tahun 2015 – 2019, melalui program fasilitasi isu aktual secara rutin menerbitkan dokumen kajian isu aktual sebanyak dua kali sebulan sehingga setiap tahun dihasilkan 24 dokumen kajian isu aktual. Dengan

demikian hingga akhir 2019, akan terbit sebanyak 120 dokumen kajian isu aktual dalam waktu 5 tahun.

Fasilitasi Isu Aktual ini berupa kajian teoritis dan akademis berkenaan dengan kebijakan yang diambil Pemerintah Provinsi Jawa Timur utama yang berkaitan dengan kepentingan publik. Kajian teoritis dan akademis tersebut berupa dokumen tertulis mengenai kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Timur telah dianalisis secara mendalam untuk kemudian menjadi bahan pertimbangan bagi para pengambil kebijakan dalam menentukan kebijakan berikutnya.

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Selain arah juga harus dapat menunjukkan taktik operasional. Dengan mengetahui isu-isu potensial, pemerintah melakukan dua strategi komunikasi publik yaitu manajemen isu publik dilakukan dengan monitoring media dan analisis isu publik serta mengangkat isu publik sebagai bahan pemberitaan dalam media pemerintah. Strategi komunikasi pemerintah bisa dikatakan efektif apabila hasil analisis isu publik selaras dengan pemberitaan media di pemerintah..

Hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh publik merupakan salah satu jenis efek media massa yang paling populer yang dinamakan agenda setting. Apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. McCombs dan Donald Shaw mengatakan, bahwa *audience* tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi

juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut.

Humas Pemerintah atau Government Public Relations memiliki posisi strategis dari sebuah instansi/lembaga keberadaannya menjadi andalan dalam memberikan layanan informasi tentang informasinya. Ia menjadi garda terdepan yang senantiasa siap melayani siapa saja yang memerlukan. Tugas secara umum humas pemerintah ialah memberi layanan informasi, baik kepada internal maupun eksternal PRnya, meningkatkan pelancaran komunikasi dan arus informasi dari pemerintah kepada masyarakat atau sebaliknya, menjadi jembatan penghubung antara instansi dengan publiknya atau sebaliknya, menyerap aspirasi publik sebagai masukan dalam menyusun kebijakan serta sebagai lembaga pembangun citra positif pemerintah.

Humas Pemerintah harus memiliki sarana prasarana kerja yang memadai dalam mendukung tugas dan fungsinya. Sarana dan Prasarana kerja tersebut untuk menjalankan fungsi hubungan kelembagaan, (baik lembaga media maupun institusi), Melaksanakan perencanaan, penyusunan, pembuatan, dan distribusi informasi melalui media, menjalankan fungsinya sebagai penyusun agenda setting kebijakan, coordinator, penyusunan informasi strategis untuk disampaikan kepada public, dan menjalankan audit PR sebagai bahan evaluasi operasionalnya. Serta menjalankan fungsinya sebagai lembaga publisitas, antara lain melalui media internal, advertorial, website, laporan tahunan, media audio visual, merchandise, dan media lainnya.

Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mendiskripsikan dan mengkaji Strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintah Provinsi Jawa Timur

dalam Mengelola Isu Publik, maka peneliti mengambil judul Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah yang diharapkan dapat menjawab penelitian. Adapun rumusan masalah tersebut adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan esensi dasar dari sebuah penelitian, dan menjadi faktor pendorong bagi para peneliti untuk melakukan penelitian. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan atau manfaat dari penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian. Secara lebih detail, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis
 - a. Untuk mengembangkan teori yang sudah diperoleh selama dalam perkuliahan.
 - b. Sebagai bahan pemahaman untuk penelitian berikutnya.

- c. Untuk memberikan pengaruh yang positif bagi seluruh mahasiswa, khususnya peneliti agar termotivasi untuk meningkatkan kualitas belajar dan memberikan wawasan yang lebih luas lagi.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi masukan bagi peningkatan kemampuan para praktisi berkenaan dengan kajian-kajian dan dapat memberikan pemecahan masalah dalam hal yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik

1.5 Definisi Konsep

Dalam konsep yang terdapat dalam penulisan skripsi terdapat batasan-batasan pengertian dari istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk menghindari perbedaan penafsiran atas arti dan maksud dari judul penelitian. Oleh karena itu, definisi konsep dari penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1.5.1. Strategi Komunikasi

Strategi menurut Stephen Robbins mendefinisikan strategi sebagai penentuan tujuan jangka panjang instansi dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Sedangkan Komunikasi menurut Edi Santoso dan Mite Setiansah dalam buku Teori Komunikasi (2010:5) adalah proses dimana seorang individu (komunikator) mentransmisikan stimulus untuk mempengaruhi tindakan orang lain.

1.5.2. Manajemen Isu Publik

1. Manajemen Isu

Sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu tersebut sebelum isu – isu tersebut diketahui masyarakat luas. (Barry Jone, W. Howard Chase)

2. Publik

Menurut Herbert Blumer, pengertian publik adalah sekelompok orang yang dihadapkan pada suatu permasalahan dengan berbagai pendapat mengenai cara pemecahan persoalan tersebut, serta terlibat dalam diskusi mengenai persoalan itu.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana obyek penelitian bisa ditemukan. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan di Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur. Alasan peneliti memilih sebagai lokasi penelitian karena :

1. Mengetahui pelaksanaan Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur

2. Mengetahui bagaimana peningkatan efisien dan efektif dalam pengelolaan isu publik
3. Mengetahui pencapaian berkenaan dengan kebijakan yang diambil Pemerintah Provinsi Jawa Timur utama yang berkaitan dengan kepentingan publik.

1.6.2 Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang yang dijadikan sumber data atau sumber informasi. Dalam penelitian ini subyek yang diambil adalah kepala seksi sumber daya komunikasi publik lebih khusus yang bersangkutan yang menyiapkan bahan pelaksanaan kebijakan opini publik, sumber daya, dan kemitraan komunikasi publik serta pelaksanaan monitoring, evaluasi dan pelaporan komunikasi publik.

1.6.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini juga ditujukan agar penelitian ini bisa lebih terarah dan lebih terinci serta tidak menyimpang dari rumusan masalah yang telah ditetapkan. Berdasarkan uraian tersebut, maka fokus dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur

1.6.4 Sumber Informasi

Sumber informasi adalah pihak yang dapat memberikan informasi terkait dengan topik yang diangkat. Dalam penelitian ini

informasi diperoleh dari Kepala Seksi Sumber Daya Komunikasi Publik yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, untuk memperoleh data, fakta, dan informasi di lapangan, peneliti menggunakan teknik dan alat pengumpulan data sebagai berikut :

1.6.5.1 Wawancara

Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung untuk mengetahui Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik dan mendapatkan informasi serta memperoleh gambaran langsung yang terjadi dilapangan

1.6.5.2 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peneliti mencari data atau dokumen mengenai Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik

1.6.6 Analisis Data

Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan model analisis data deskriptif-kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subyek itu sendiri. Menurut Moleong (2006), teknik analisa data kualitatif

dilakukan dengan menyajikan data yang dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul, menyusunnya dalam satu satuan yang kemudian dikategorikan pada tahap berikutnya dan memeriksa keabsahan dan serta menafsirkannya dengan analisis dengan kemampuan daya nalar peneliti untuk membuat kesimpulan penelitian. Peneliti dalam menganalisis data menggunakan teori Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014 : 91) bahwa analisis terdiri dari tiga jalur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

1. Reduksi Data, yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
2. Penyajian Data, penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih.
3. Menarik Kesimpulan, penarikan kesimpulan menurut Miles dan Huberman hanyalah sebagian dari suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

1.6.7 Langkah – Langkah Penelitian

Penelitian dilakukan dengan melalui proses atau langkah – langkah tertentu agar penelitian tersebut menjadi terstruktur dan bisa

berjalan dengan baik. Adapun langkah – langkah penelitian yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. Persiapan penelitian

Penelitian yang akan dilakukan berangkat dari permasalahan dalam lingkup peristiwa yang sedang terus berlangsung dan bisa diamati serta diverifikasi secara nyata pada saat berlangsungnya penelitian. Peristiwa-peristiwa yang diamati dalam konteks kegiatan orang-orang/organisasi.

2. Wawancara mendalam

proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama

3. Pengolahan data

Penelitian mengatur sistematika yang akan dilaksanakan dalam penelitian. Memasuki langkah ini peneliti harus memahami berbagai metode dan teknik penelitian. Metode dan teknik penelitian disusun menjadi rancangan penelitian. Mutu keluaran penelitian ditentukan oleh ketepatan rancangan penelitian serta pemahaman dalam penyusunan teori.

4. Analisis data

Tahapan ini dilakukan setelah data terkumpul semua kemudian dilakukan analisis dan hipotesis yang diajukan dan diuji kebenarannya melalui analisis tersebut.

5. Penyusunan Laporan

Peneliti mengembangkan uraian secara keseluruhan dari fenomena tersebut sehingga menemukan esensi dari fenomena tersebut. Kemudian mengembangkan textural description (mengenai fenomena yang terjadi pada responden) dan structural description (yang menjelaskan bagaimana fenomena itu terjadi).

6. Publikasi Laporan

Upaya untuk menyebarluaskan suatu karya pemikiran seseorang melalui sebuah penelitian. Biasanya, publikasi ini dilakukan dalam bentuk seminar, penerbitan, dan jenis lain yang memungkinkan hasil-hasil penelitian tersebut dapat dipublikasi kepada publik agar penelitian kita dapat bermanfaat dan berkontribusi terhadap bidang ilmu pengetahuan. Sebagian besar bidang akademik memiliki jurnal dan bentuk publikasi tersendiri

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan dengan penelitian
1.	Strategi Komunikasi Isu dan Krisis dalam menyikapi pemberitaan negative di media online. Nadia Nur Fadillah. 2014	Hasil Penelitian adalah Manajemen Isu dan krisis yang dilakukan oleh Humas PT. Unilever Indonesia dirumuskan dengan 4R : Regret, Responsibility, Reform, dan Restitution.	Perbedaan dengan Penelitian ini adalah focus pada strategi komunikasi isu dan krisis dalam menyikapi pemberitaan negative di media online. Sedangkan, penelitian ini menekankan pada Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam media jatim.go.id .
2.	Strategi Government Public Relations Kementrian	Hasil Penelitian diketahui bahwa strategi government	Perbedaan dengan penelitian ini adalah

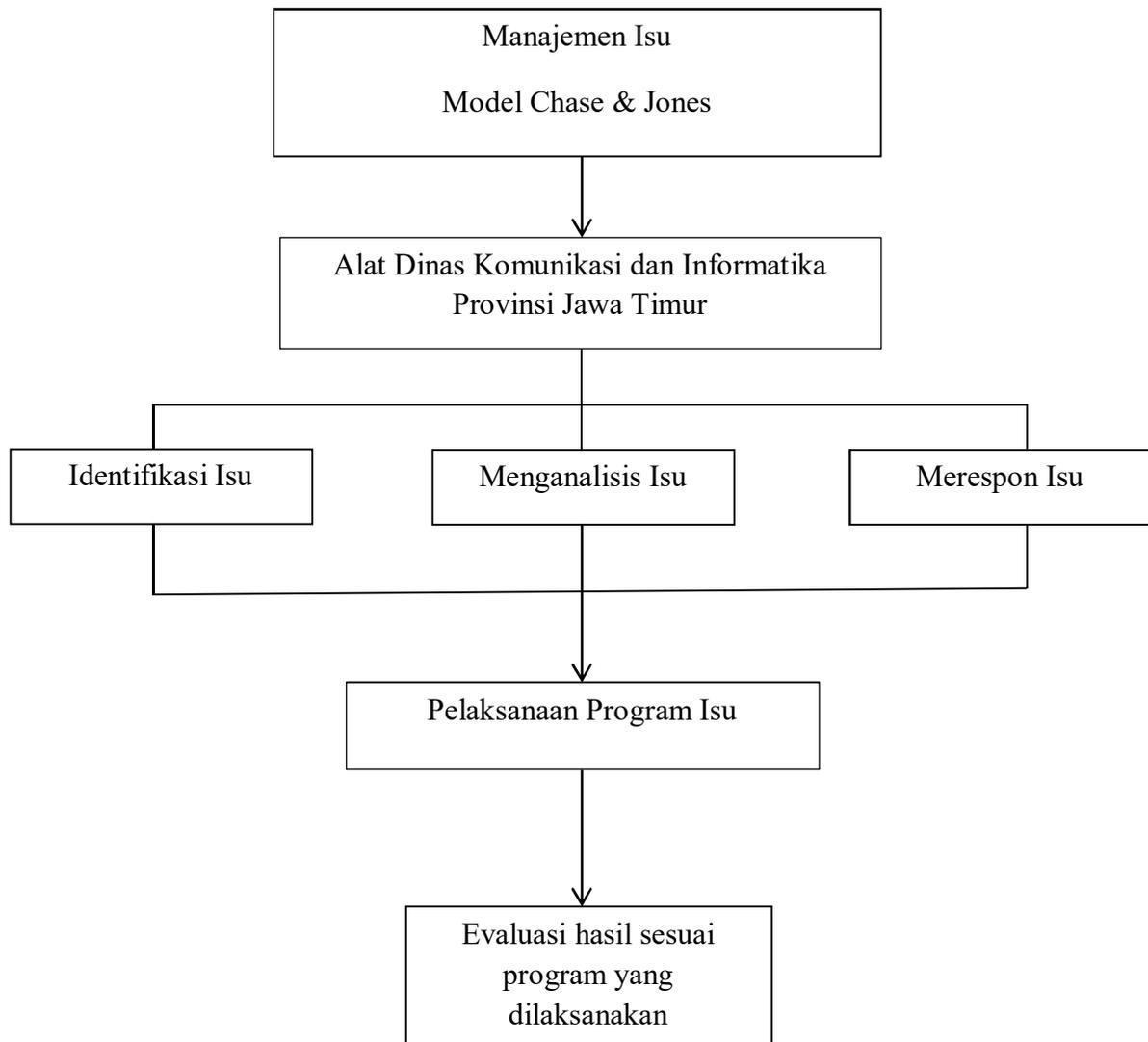
	<p>Komunikasi dan Informatika dalam mengelola isu publik. Abdul Mukhlis Arofi. 2018</p>	<p>public relations dalam mengelola isu public dimulai dari melakukan identifikasi isu melalui monitoring media dengan mengumpulkan headline media cetak, dan menggunakan aplikasi beritagar.id</p>	<p>penelitian terdahulu menggunakan strategi Government Public Relations Kementrian Komunikasi dan Informatika dalam mengelola isu publik. Sedangkan, penelitian ini focus pada strategi komunikasi manajemen isu public pemerintah provinsi jawa timur</p>
3.	<p>Strategi manajemen isu humas rsu dr pirngadi Medan dalam menangani pemberitaan negative. Romi Atmaja Nst. 2017</p>	<p>Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa manajemen isu yang dilakukan oleh Humas RS Pirngadi dalam menangani isu pemberitaan negatif dugaan malpraktik terhadap Ganda Hermanto, secara garis besar telah melaksanakan konsep konsep strategi humas dalam</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu menggunakan Strategi manajemen isu humas rsu dr pirngadi Medan dalam menangani pemberitaan negative. Sedangkan, penelitian ini focus pada strategi komunikasi</p>

		manajemen isu	manajemen isu public Pemerintah Provinsi Jawa Timur
4.	Strategi Komunikasi Humas Kepolisian Resort Ponorogo dalam Manajemen Isu Penculikan dan Jaringan Penjualan Organ Tubuh Anak di Ponorogo. Moh Aziz Nur khonzim. 2017	Hasil penelitian ini bahwa humas Kepolisian Resort Kota Ponorogo telah menerapkan lima tahap manajemen isu model Chase, Jones dan Crane yaitu Public Relations mestinya mengenali dahulu isu-isu yang diasumsikan dapat mempengaruhi organisasi (issues identification), analisis isu-isu yang ditemukan (issues analysis	Perbedaan dengan peneltian ini adalah penelitian terdahulu ini menekankan, Strategi Komunikasi Humas Kepolisian Resort Ponorogo dalam Manajemen Isu Penculikan dan Jaringan Penjualan Organ Tubuh Anak di Ponorogo. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

2.2 Kerangka Konseptual

Tabel 2.1



2.3 Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur

2.3.1 Strategi Komunikasi

Kata strategi adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai komandan militer pada zaman demokrasi Athena.

Strategi pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai suatu tujuan. Pengertian strategi menurut William F (2001) Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat tercapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Sedangkan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (2000) dalam bukunya teori dan filsafat komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun melalui media (tidak langsung).

Kegiatan komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang tidak pernah terlepas dari kehidupan manusia. Komunikasi merupakan aktivitas dasar yang dilakukan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya, baik secara individu

maupun kelompok. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan dirinya serta mempengaruhi orang lain. Fungsi komunikasi secara umum untuk memberikan penerangan, pendidikan, hiburan, dan memengaruhi seseorang, atau sekelompok orang artinya dengan komunikasi manusia dapat saling menerima, menyampaikan pikiran, gagasan, informasi pada seseorang atau sekelompok orang.

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (to make common). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2007:26).

Sedangkan Charles H. Cooley mengatakan bahwa komunikasi adalah mekanisme melalui makna hubungan manusia terjadi dan berkembang segala lambang dari pemikiran dengan alat-alat penyampaian dan cara menjaganya melalui ruang dan waktu. Maka secara garis besar, dalam suatu komunikasi terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian antara komunikator dan komunikan (Lubis, 2001:9). Menurut Harold Laswell (dalam Mulyana, 2010:69) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan *who say what in which channel to whom with what effect?* Atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? Laswell ini

menurunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain. Adapun kelima unsur tersebut ialah (Mulyana, 2010:70).

1. Komunikator yaitu pihak yang berinisiatif ataupun mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber ini bisa berupa individu, kelompok, organisasi, negara.
2. Pesan yaitu apa yang akan dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan.
3. Saluran media, adalah sebuah alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan tersebut .
4. Komunikan adalah pihak yang menerima pesan dari komunikator.
5. Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

Menurut Harrison dan Regester Larkin membagi strategi dalam tiga tahap, antara lain:

1. ***Adaptive change strategy*** adalah strategi terbuka dan akomodasi untuk perubahan, mengantisipasi perubahan dan menawarkan dialog konstruktif untuk menggapai kompromi dan akomodasi.
2. ***Reactive change strategy*** adalah strategi berdasarkan ketidakinginan organisasi untuk berubah dengan tetap menekankan pada perilaku sebelumnya. Menurut strategi ini, kebijakan organisasi selama ini sudah

efektif menghadapi isu yang terjadi. Disebut strategi *stonewalling*, karena organisasi kukuh atau tidak bergeming bagaikan dinding batu.

3. *Dynamic response strategy* adalah strategi yang mengantisipasi dan berusaha membentuk arah pembuatan kebijakan publik dengan menentukan bagaimana kampanye terhadap isu dilaksanakan. Strategi ini menjadikan organisasi pemimpin menuju perubahan.

Dari pengertian Strategi Komunikasi diatas, maka dalam penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berebeda-beda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Effendi 2003:301).Pengertian strategi komunikasi diatas penulis menyimpulkan bahwa Strategi Komunikasi merupakan cara dan proses penyampaian pesan kepada seseorang dengan tujuan tertentu.

2.3.2 Manajemen Isu Publik

Terminologi *issue management* pertama kali dikenalkan oleh W.Howard Chase pada 15 April 1976 dalam sebuah risalahnya yang berjudul “*Corporate Publik Issues and Their Management*” Volume 1 No.1. Risalah tersebut, menyebutkan bahwa tujuan-tujuan manajemen isu adalah untuk mengelola isu yang beredar di publik. Bersama rekannya, Berry Jone, W.Howard Chase

mendefinisikan Manajemen Isu sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu tersebut sebelum isu-isu tersebut belum diketahui oleh masyarakat luas.

Manajemen isu juga merupakan media bagi PR untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan manajemen. Seorang PR memiliki perananan penting dalam mengefektifkan manajemen isu, terutama dalam fungsi perencanaan strategi maupun hubungannya dengan lingkungan sekitar organisasi. Jika ini dilakukan, seorang PR akan memiliki posisi tawar yang tinggi dalam organisasi baik dalam hal posisi maupun wewenang dalam organisasi.

Para pakar PR di Indonesia megartikan manajemen isu sebagai fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap masyarakat, baik internal, maupun eksternal, mengidentifikasi hal-hal atau masalah yang patut dikhawatirkan dan melakukan usah-usaha kearah perbaikan.

Ada beberapa tujuan dalam manajemen isu yang berhubungan erat dengan praktik PR, sebagai berikut.

1. untuk memahami isu, maka PR harus dapat memahami motif publik yang memunculkan isu.
2. untuk memonitor situasi, mendengarkan kritik dan saran.

3. untuk menentukan posisi isu dan memahami isu yang berkembang.
4. menginformasikan dan meyakinkan publik bahwa perusahaan memiliki berbagai data dan fakta tentang isu yang berkembang.
5. melakukan persuasi kepada publik, sehingga penyelesaian terbaik dapat dicapai.
6. memotivasi publik untuk membantu penanganan isu dan memnta publik mengurangi reaksi negative atas isu yang berkembang
7. terlibat dalam pembuatan keputusan dan negosiasi untuk menyatukan berbagai kepentingan, mengurangi konflik, dan menyelesaikan masalah.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka seorang PR harus mendalami manajemen isu sebagai keahlian yang juga harus dimiliki praktisi PR. Penguasaan manajemen isu merupakan nilai tambah bagi praktisi PR di masa depan.

Proses tambahan bagi model manajemen isu dapat dipetakan untuk menggambarkan peran pembuatan keputusan manajemen pada setiap fase (dalam Regester&Larkin, 2003:99-102)

a. Fase Kesadaran Disini, penekanan dalam tim manajemen adalah pada mendengarkan dan mempelajari. Mereka yang terlibat harus terjaga, terbuka,

rendah hati, penasaran serta tertantang. Latar belakang informasi dan riset harus digunakan selengkapnya serta mengadakan pemantauan infrastruktur.

b. Fase Eksplorasi Tahap ini mengindikasikan urgensi yang meningkat terhadap pentingnya isu. Tanggung jawab khusus harus dibagikan, kesadaran organisasi ditingkatkan dan proses analisa serta pembentukan opini dimulai. Suatu gugus tugas dapat dibentuk untuk memudahkan suatu alokasi tanggung jawab.

c. Fase Pembuatan Keputusan Pada tahap ini perusahaan harus mempertimbangkan tindakan. Tim manajemen harus mengukur dan memutuskan secara objektif terhadap beberapa alternatif yang diperlihatkan seraya mendorong pemikiran yang luas dan kreatifitas dalam memformulasikan suatu rencana tindakan.

d. Fase Implementasi Tahap ini melibatkan pengambilan langkah-langkah yang sesuai untuk membuat keputusan manajemen dilaksanakan.

e. Fase Modifikasi Pengukuran dan evaluasi dari tindakan yang tengah dijalankan serta hasilnya, sehingga penyesuaian atau perbaikan terhadap rencana tindakan dapat dibuat.

f. Fase Penyelesaian Tahap ini adalah periode relaksasi yang harus menurunkan tingkat keterlibatan manajemen senior. Kegiatan kunci melibatkan delegasi yang sesuai dan menjamin implementasi atas perubahan yang dihasilkan manajemen dalam organisasi.

Selain itu, manajemen isu juga didefinisikan sebagai suatu usaha aktif untuk ikut serta memengaruhi dan membentuk persepsi, opini, dan sikap masyarakat yang mempunyai dampak terhadap perusahaan (Wongsonagoro, 1995).

Menurut Coates, Jarrat and Heinz (dalam buku *Public Relations and Crisis Management Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis dan Kualitatif*) menyatakan:

“Manajemen isu adalah sebuah aktivitas yang diorganisasi dalam suatu organisasi untuk mengidentifikasi munculnya kecenderungan-kecenderungan situasi ataupun isu-isu yang dimungkinkan diprediksi memengaruhi suatu aktivitas organisasi dalam beberapa tahun kedepan termaksud dalam jangka pendek dan membangun strategi organisasi untuk meresponya”

Pada masa lalu, banyak sekali organisasi yang terlambat dalam mengidentifikasi dan merespon isu, bahkan kebanyakan responnya lebih bersifat reaktif bukan preventif/proaktif. Sementara itu, the Public Affairs Council of America mendefinisikan manajemen isu sebagai proses dimana organisasi dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi isu-isu sosial dan isu-isu pemerintahan yang kemungkinan dapat memengaruhi organisasi secara signifikan. Isu-isu tersebut kemudian dapat dijadikan prioritas bagi organisasi untuk meresponya dengan baik (Kriyantono, 2012:163).

Pada masa lalu, banyak sekali organisasi yang terlambat dalam mengidentifikasi dan merespon isu, bahkan kebanyakan responnya lebih bersifat reaktif bukan preventif/proaktif. Sementara itu, *the Public Affairs*

Council of America mendefinisikan manajemen isu sebagai proses dimana organisasi dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi isu-isu sosial dan isu-isu pemerintahan yang kemungkinan dapat memengaruhi organisasi secara signifikan. Isu-isu tersebut kemudian dapat dijadikan prioritas bagi organisasi untuk meresponnya dengan baik (Kriyantono,2012:163).

Dalam pengelolaan isu tentu terdapat tahap-tahap manajemen isu seperti lima tahap manajemen isu model Chase, Jones dan Crane yaitu *Public Relations* mestinya mengenali dahulu isu-isu yang diasumsikan dapat mempengaruhi organisasi (*issues identification*), analisis isu-isu yang ditemukan (*issues analysis*), Merumuskan program-program yang bisa dilakukan organisasinya untuk merespon isu tersebut (*action planning stage*), tahap pelaksanaan program (*issue action program*), Mengukur apakah program-program tersebut berjalan sesuai tujuan-tujuan organisasi (*Evaluation*)

Kemunculan isu pada sebuah perusahaan menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk dapat menentukan tindakan yang mampu mengatasi isu yang berkembang pada masyarakat. Kejadian ini membutuhkan adanya fungsi manajemen yang dapat melakukan manajemen isu pada perusahaan. Manajemen isu adalah proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi dan merespon isu-isu kebijakan publik yang mempengaruhi hubungan publik dengan publik

mereka (Cutlip, Center dan Broom 2009:24). Terdapat dua esensi dari manajemen isu yaitu :

- 1) Identifikasi dini atas isu yang berpotensi mempengaruhi perusahaan.
- 2) Respon strategis yang didesain untuk mengurangi atau memperbesar konsekuensi dari isu tersebut

Dalam konteks opini publik, manajemen isu berusaha untuk menjelaskan tren dalam opini publik sehingga perusahaan itu bisa merespon tren tersebut sebelum berkembang menjadi konflik serius (Cutlip, Center dan Broom 2009:24). Lebih lanjut, Chase (dalam Cutlip, Center dan Broom 2009:24) mengatakan bahwa manajemen isu mencakup identifikasi isu, analisis isu, menentukan prioritas, memilih program strategi, mengimplementasikan program aksi dan komunikasi, serta mengevaluasi efektivitasnya. Dia mengatakan, proses tersebut akan menyelaraskan prinsip, kebijakan dan praktik korporat dengan realitas ekonomi yang terpolitisasi.

Manajemen isu, selalu berkaitan dengan adanya kebijakan publik didalamnya, oleh karena itu manajemen isu erat kaitannya dengan kebijakan publik. Untuk lebih memahami definisi dari manajemen isu, penulis mencantumkan beberapa definisi terkait manajemen isu dari berbagai sumber:

Yang pertama dikemukakan oleh Case (dalam Jaques 2008). Isu sebagai sebuah masalah yang belum terselesaikan namun harus siap dengan keputusan. Ia menyatakan bahwa manajemen isu adalah kemampuan untuk memahami, memobilisasi, mengkoordinasi dan mengarahkan seluruh fungsi strategis dari kebijakan publik, serta semua urusan publik yang mengarah kepada satu tujuan. Partisipan yang terlibat dalam kebijakan publik turut mempengaruhi dampak yang diterima oleh perusahaan (Chase dalam Jaques 2008).

Definisi lain dikemukakan oleh Regester dan Larkin (2003:61) ia mengatakan bahwa respon yang efektif dari manajemen isu terbagi menjadi dua kunci, yaitu identifikasi yang cepat dan respon perusahaan untuk mempengaruhi proses kebijakan publik. Manajemen isu bersifat proaktif, anticipatory dan proses perencanaan dalam mempengaruhi perusahaan dari sebuah isu sebelum berubah menjadi manajemen krisis

Manajemen Isu adalah kajian dari public relations yang asal muasalnya secara jelas dapat ditelusuri. Yang pertama memunculkan konsep manajemen isu adalah Howard Case, seorang konsultan PR pada 15 april 1976 dalam tulisannya yang berjudul "*Corporate Public Issues and Thei Management*" bahkan Case disebut "*The parent of issue management*" dan salah satu pendiri *Public Relations Society of America*, bersama temannya yang bernama Berry Jones, ia membagi lima tahap menjadi standsr internasional dan menjadi

formula bagi akademisi yang telah diakui dan dipraktikkan oleh para ahli seperti Johnston, Register dan Larkin serta Seitel. Kelima tahap tersebut yaitu :

1. Identifikasi Isu

Proses untuk membandingkan tren yang terjadi diarah public dengan kinerja pemerintah. Manajemen mesti mengenal dahulu isu-isu yang diasumsikan dapat memengaruhi organisasi, proses identifikasi dalam tahap ini dapat menggunakan beberapa cara antara lain: monitoring media massa, monitoring media sosial, penyediaan kontak opini ataupun mendengar langsung aspirasi public.

2. Melakukan Analisis Isu yang ditemukan

Analisis ini menemukan isu berdasarkan urgensi dan dampaknya. Hal ini memungkinkan organisasi untuk dapat membedakan isu besar dan isu kecil. Tujuan tahap ini adalah mengetahui isu sebenarnya, penyebabnya dan dari mana sumbernya.

3. Rencana Strategi Merespon Isu

Organisasi merencanakan aksi atau tindakan. Pemberian respons diartikan sebagai menyampaikan posisi atau sikap organisasi terhadap isu, artinya program-program tersebut diaplikasikan untuk mempresentasikan tujuan-tujuan dan opini organisasi terhadap isu dan untuk memengaruhi public terhadap isu tersebut.

4. Pelaksanaan Program Isu

Pada tahap ini, organisasi melaksanakan program-program yang telah disusun untuk merespon isu. Pelaksanaan program ini merupakan upaya yang nyata meminimalkan expectation gap antara public dan organisasi. Diharapkan untuk memberikan aksi nyata bahwa organisasi telah mengubah sikap, yaitu dalam merancang program strategis telah didasarkan kepada kebutuhan public yang tercermin dari isu-isu yang berkembang. Tahap ini membutuhkan koordinasi sumber daya untuk menyediakan dukungan yang optimal agar tujuan dan target dapat tercapai.

5. Mengukur (Evaluasi) apakah program-program tersebut berjalan sesuai tujuan-tujuan organisasi

Untuk menilai apakah upaya merespons isu telah berjalan dengan baik, maka diperlukan program-program riset. Metodenya sama seperti riset pada tahap pertama tersebut, karena proses *Public Relations* adalah proses berkesinambungan.

Adanya tahapan-tahapan dalam manajemen isu, maka diharapkan instansi akan mampu mengelola dan menangani isu dengan baik. Mengelola isu dalam hal ini sama artinya dengan proses manajemen isu. Bagaimana isu mampu diatasi melalui berbagai tahapan untuk kemudian menjadi sesuatu yang membawa kebaikan bagi perusahaan. Oleh sebab itu penerapan

manajemen isu dalam instansi semakin menguatkan fungsi *boundary spanning* (perentang batas) yang dimiliki Public Relations. Dimana Public Relations bertujuan untuk mengadaptasi organisasi pada kendala-kendala dan kemungkinan-kemungkinan yang ditemukan dalam lingkungan yang tak dapat dikendalikan oleh organisasi. Sebagai mediator antara publik dan instansi, Public Relations juga mempunyai kesempatan berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan (Putra, 2008:55).

Ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan dalam menganalisis manajemen isu (Thia, 2013:17-23), yaitu:

1. Pendekatan sistem (*System Approach*)

Pendekatan sistem terhadap manajemen isu merujuk pada teori sistem dan prinsip manajemen bisnis. William G.Scot (1961) mengatakan bahwa organisasi adalah sebuah sistem dimana semua bagian saling berhubungan dan berinteraksi satu sama lain. Dalam pendekatan ini ada dua tujuan manajemen isu, yaitu:

- a. Manajemen isu berupaya meminimalisir “kejutan” dengan berfungsi sebagai sistem peringatan dini (*early warning system*) bagi ancaman potensial. Kegiatan ini meliputi pemindahan lingkungan untuk mendapatkan informasi bagi pembuatan keputusan organisasi dan menentukan respon organisasi.
- b. Pendekatan ini mempromosikan respon yang lebih sistematis dan efektif dengan bertindak sebagai kekuatan koordinasi dan integrasi didalam

organisasi. Ketika isu teridentifikasi dan konsekuensi terhadap organisasi dinilai, manajemen bertindak sebagai “pembersih” untuk sejumlah fungsi potensial yaitu seperti memberikan saran, edukasi, informasi, penyelesaian masalah dan merespon media.

2. Pendekatan Stratejik (*Strategic Reduction of Uncertainty Approach*)

Pendekatan ini berasal dari kajian pembuatan keputusan stratejik, proses organisasi, perilaku manajemen dan perilaku sosio – politik untuk mengembangkan pemahaman peristiwa lingkungan dan aksi organisasi. Pendekatan stratejik menekankan pada orientasi kognitif aksi organisasi dan perilaku keputusan individu. Perhatian utama adalah bagaimana interpretasi individu dan kelompok terhadap sebuah isu berhubungan dengan aksi di tingkat organisasi. Penelitian Dutton menekankan seperangkat konsep yang memberikan cara bagaimana isu diidentifikasi, dieksplorasi dan akhirnya mengarah pada pembuatan keputusan organisasi. Inti dari konsep ini adalah diagnosis isu stratejik (*strategic issues diagnosis- SID*). Isu stratejik adalah peristiwa, perkembangan atau tren yang dianggap memiliki implikasi bagi kinerja organisasi, karena perspektif stratejik ditekankan dari perspektif bisnis, komunikasi dilihat insidental terhadap struktur dan proses perilaku organisasi dan pengambilan keputusan individu (Thia, 2013:18).

3. Pendekatan Retoris (*Rethorical Approach*)

Pendekatan ini muncul sebagai respon terhadap model manajemen isu Chase, Jones dan Crane. Sebuah pendekatan model proses manajemen isu beranggapan organisasi memiliki wewenang yang sama dengan pemerintah ketika berhubungan dengan penciptaan kebijakan publik. Menurut Crable dan Vibert (dalam Iriantana, 2004: 52) organisasi tidak memiliki wewenang dalam kebijakan publik, namun mempengaruhi kebijakan publik. Manajemen isu merupakan proses bagaimana organisasi bisa menjalankan pengaruh tersebut (Kriyantono, 2012:41).

4. Pendekatan Terintegrasi

Pendekatan ini dikenalkan oleh Taylor, Vasquez dan Doorley melalui artikel mereka, *Merck AIDS Activities: Engagement a Framework for Extending Issue Management* yang diterbitkan dalam jurnal *Public Relations Review* pada September 2003. Pendekatan ini menjelaskan bahwa dialog aktif atau keterlibatan antara organisasi dengan publiknya merupakan cara yang paling efektif dalam mengelola isu. Pendekatan terintegrasi merupakan konvergensi dari kepentingan organisasi dengan kepentingan publik yang memberikan kedua belah pihak peluang terbesar menyelesaikan isu melalui komunikasi. Contohnya melakukan diskusi bersama warga sekitar terhadap permasalahan yang sedang terjadi dilingkungan sekitar maupun dalam bentuk keluh kesah yang perlu didengar oleh organisasi tersebut.

Isu biasanya diartikan orang awam sebagai kabar burung. Namun dalam konteks kebijakan publik isu diartika sebagai masalah kebijakan. Isu adalah berbagai perkembangan yang biasanya terjadi dirana publik yang jika berlanjut dapat mempengaruhi secara signifikan rencana jangka panjang dan operasional organisasi. Isu lazimnya muncul karena telah terjadi silang pendapat diantar para actor mengenai arah tindakan yang akan ditempuh atau pertentangan pandangan mengenai masalah itu sendiri. Isu publik terjadi diluar kendali organisasi atau lembaga yang berdampak pada tujuan strategis organisasi dan keberadaan organisasi yang mungkin memerlukan respons tertentu dari organisasi. Hal ini terjadi karena dua hal, pertama ketidakmampuan organisasi menangani isu. Kedua, organisasi sengaja mengabaikan isu yang beredar karena tidak menganggap penting untuk meresponnya.

Munculnya sebuah isu biasanya disebabkan oleh:

1. ketidakpuasan sekelompok masyarakat

Ktidak keinginan, kebutuhan, harapan dan kepentingan publik diabaikan, maka berbagai isu akan merebak.

2. terjadinya peristiwa dramatis

Peristiwa dramatis merupakan daya tarik yang kuat untuk menciptakan isu.

3. perubahan sosial

Setiap perubahan sosial selalu memunculkan isu. Seperti perubahan peta politik Indonesia pada tahun 1998 melahirkan puluhan isu.

4. kurang optimalnya kekuatan pemimpin

Suka atau tidak suka pemimpin adalah focus perhatian publik dan media, oleh karena itu ketika publik melihat bahwa pemimpinnya tidak optimal dalam bekerja, maka berbagai isu akan berkembang.

Dari paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen isu publik adalah sebuah kegiatan untuk mengelola sebuah kabar yang beredar dan menjadi perbincangan di ranah publik sehingga dapat memengaruhi kehidupan bermasyarakat. Dengan adanya pengelolaan atau manajemen isu publik, maka berita-berita yang beredar di masyarakat dapat dikelola dengan baik sehingga meminimalisir adanya kesalahan persepsi di ranah publik, khususnya tentang informasi yang berkaitan langsung dengan berjalannya roda pemerintahan.

BAB III

GAMBARAN UMUM DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

PROVINSI JAWA TIMUR

3.1 Deskripsi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur

3.1.1 Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur



Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur Surabaya ini dibentuk melalui Peraturan Daerah Jawa Timur Nomor 11 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah dan Pergub Jatim No 80 Tahun 2016. Sesuai dengan Pergub Prov. Jawa Timur Nomor : 80 Tahun 2016 disebutkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur berkedudukan sebagai unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika, bidang statistik dan bidang persandian yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung

jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah Provinsi. Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur mempunyai tugas membantu Gubernur menyiapkan bahan pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Provinsi di bidang komunikasi dan informatika serta tugas pembantuan.

3.1.2 Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur

Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan unsur pelaksana otonomi daerah, dipimpin oleh seorang kepala dinas, yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah.

Alamat : Jl. A Yani 242-244 Surabaya

Email : kominfo@jatimprov.go.id

Website : <http://kominfo.jatimprov.go.id>

Telepon : (031) 8294608, Fax : (031) 8294517

3.1.3 Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur

Visi :

Visi Dinas Komunikasi dan Informatika Prov. Jatim tidak terlepas dari visi Pemerintah Provinsi Jawa Timur yaitu "Jawa Timur Lebih Sejahtera, Berkeadilan, Mandiri , Berdaya Saing , dan Berakhlak " . Penetapan visi Dinas Komunikasi dan Informatika Prov. Jatim berlandaskan pada tugas pokok dan fungsi dinas yaitu

”melaksanakan urusan pemerintahan daerah bidang komunikasi an informatika berdasarkan asas otonomi dekonsentrasi dan tugas pembantuan urusan bidang komunikasi dan informatika”. Dalam kurun waktu 2014-2019 Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur hendaknya mampu mendukung pelaksanaan akselerasi Pembangunan Daerah yang tertuang di dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2019. Visi adalah gambaran arah pembangunan atau kondisi masa depan yang ingin dicapai Dinas Komunikasi dan Informatika Prov. Jatim dalam kurun waktu 5 (lima) tahun yang akan datang, disamping itu visi ini juga merupakan pemandu arah bagi institusi dalam menyusun dan melaksanakan program dan kegiatannya. Berdasarkan uraian diatas, adapun visi Dinas Kominfo Prov. Jatim yaitu : "Terwujudnya Penyebarluasan Informasi dan Pelayanan Publik melalui TIK di Jawa Timur"

Misi :

Misi merupakan rumusan umum mengenai upaya-upaya yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan visi di atas, maka disusunlah misi yang menjadi tanggung jawab Dinas Kominfo dengan mengacu pada misi ke empat Pemerintah Provinsi Jawa Timur yaitu :
“Meningkatkan Reformasi Birokrasi

dan Pelayanan Publik” yang dititikberatkan untuk mewujudkan peningkatan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance), dan tata pemerintahan yang bersih (clean government), serta profesionalisme pelayanan publik. Dalam mendukung misi ke empat tersebut, maka disusunlah 2 (dua) misi Dinas Kominfo Prov. Jatim sebagai berikut :

1. Misi Pertama : Meningkatkan kapasitas layanan penyebaran informasi, memberdayakan potensi masyarakat serta kerjasama lembaga komunikasi dan informatika.

Misi ini untuk mewujudkan layanan informasi dan pemberdayaan masyarakat serta lembaga komunikasi sosial yang diberdayakan melalui TIK di Jawa Timur.

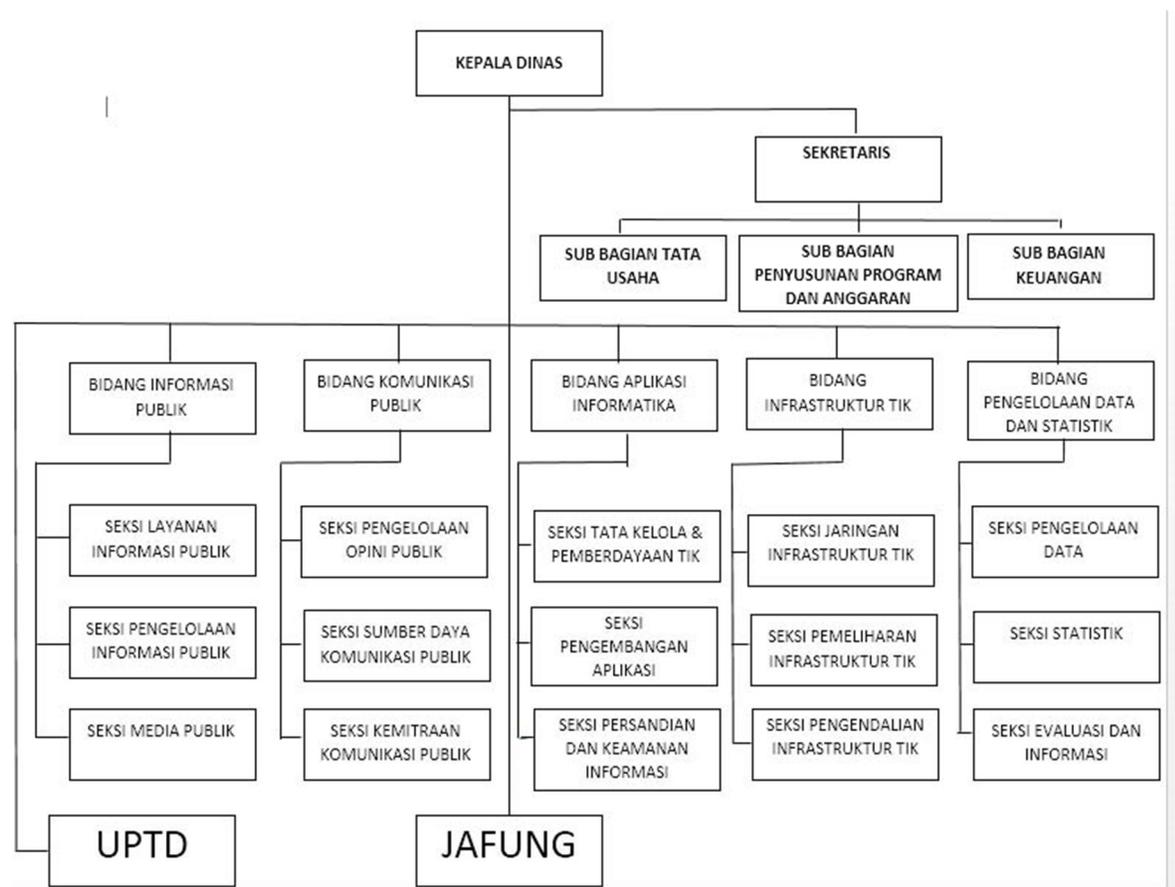
2. Misi Kedua : Mengembangkan aplikasi, muatan layanan publik , standarisasi penyelenggaraan pos dan telekomunikasi serta pemanfaatan jaringan TIK dalam rangka peningkatan pelayanan publik.

Misi ini untuk mewujudkan infrastruktur TIK di daerah, pengembangan aplikasi yang diterapkan dilingkungan SKPD Pemerintah Provinsi Jawa Timur dan adanya payung hukum/standarisasi dalam bidang urusan komunikasi dan informatika dalam rangka meningkatkan pelayanan publik di Jawa Timur.

3.1.4. Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi

Jawa Timur

Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur memiliki susunan organisasi sebagai berikut:



Sumber : <http://kominfo.jatimprov.go.id>

3.1.5 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur

Sesuai dengan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 83 Tahun 2008 Tentang Uraian Tugas Sekretariat, Bidang, Sub Bagian Dan Seksi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur dijabarkan sebagai berikut:

1. Sekretariat

Sekretaris mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan administrasi umum, kepegawaian, perlengkapan, penyusunan program dan keuangan;

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Sekretaris mempunyai fungsi :

- a. pengelolaan dan pelayanan administrasi umum;
- b. pengelolaan administrasi kepegawaian;
- c. pengelolaan administrasi keuangan;
- d. pengelolaan administrasi perlengkapan;
- e. pengelolaan urusan rumah tangga;
- f. pelaksanaan koordinasi penyusunan program, anggaran dan Perundangundangan;

- g. pelaksanaan koordinasi penyelenggaraan tugas-tugas Bidang;
- h. Pengelolaan kearsipan dan perpustakaan Dinas;
- i. pelaksanaan monitoring dan evaluasi organisasi dan tatalaksana;
- j. pelaksanaan tugas - tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas .

Susunan Organisasi Sekretariat, terdiri atas :

- a. Sub Bagian Tata Usaha
- b. Sub Bagian Penyusunan Program
- c. Sub Bagian Keuangan

Masing-masing Sub Bagian dipimpin oleh Kepala Sub Bagian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris.

Sub Bagian Tata Usaha, mempunyai tugas :

- a. melaksanakan penerimaan, pendistribusian dan pengiriman surat-surat, penggandaan naskah-naskah dinas, kearsipan dan perpustakaan Dinas;
- b. menyelenggarakan urusan rumah tangga dan keprotokolan;
- c. melaksanakan tugas di bidang hubungan masyarakat;
- d. mempersiapkan seluruh rencana kebutuhan kepegawaian mulai penempatan formasi, pengusulan dalam jabatan, usulan pensiun, peninjauan masa kerja, pemberian penghargaan, kenaikan pangkat, DP-3, DUK, Sumpah / Janji

Pegawai, Gaji Berkala, kesejahteraan, mutasi dan pemberhentian pegawai, diklat, ujian dinas, izin belajar, pembinaan kepegawaian dan disiplin pegawai, menyusun standar kompetensi pegawai, tenaga teknis, tenaga fungsional, analisis jabatan, analisis beban kerja, budaya kerja, dan tugas tata usaha kepegawaian lainnya;

e. melakukan penyusunan kebutuhan perlengkapan, pengadaan dan perawatan peralatan kantor, pengamanan, usulan penghapusan asset dan menyusun laporan pertanggungjawaban atas barang-barang inventaris;

f. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Sekretaris.

Sub Bagian Penyusunan Program, mempunyai tugas :

a. menghimpun data dan menyiapkan bahan koordinasi penyusunan program;

b. melaksanakan pengolahan data;

c. melaksanakan perencanaan program;

d. menyiapkan bahan penataan kelembagaan, ketatalaksanaan dan perundang-undangan;

e. menghimpun data dan menyiapkan bahan penyusunan program anggaran;

f. melaksanakan monitoring dan evaluasi;

g. melaksanakan penyusunan laporan;

h. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Sekretaris.

Sub Bagian Keuangan, mempunyai tugas :

a. melaksanakan pengelolaan keuangan termasuk pembayaran gaji pegawai;

b. melaksanakan pengadministrasian dan pembukuan keuangan;

- c. menyusun laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan pengelolaan keuangan;
- d. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Sekretaris .

2. Bidang Pengembangan Teknologi Informatika

Bidang Pengembangan Teknologi Informatika mempunyai tugas melaksanakan pengembangan dan pengendalian serta pemeliharaan sarana prasarana Teknologi Informatika.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bidang Pengembangan Teknologi Informatikai, mempunyai, fungsi:

- a. pelaksanaan penyusunan pedoman dalam rangka pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- b. pelaksanaan penyusunan kebutuhan dan konfigurasi perangkat keras, perangkat lunak dan layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- c. pelaksanaan pemeliharaan perangkat keras dan perangkat lunak ;
- d. pelaksanaan koordinasi dalam rangka pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- e. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Bidang Pengembangan Teknologi Informatika, terdiri atas :

- a. Seksi Pengembangan Perangkat Lunak;

- b. Seksi Pengembangan Perangkat Keras;
- c. Seksi Layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Masing-masing seksi dipimpin oleh kepala seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang.

Seksi Pengembangan Perangkat Lunak, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan pengembangan perangkat lunak;
- b. menyiapkan bahan analisis penggunaan dan perkembangan perangkat lunak;
- c. menyiapkan bahan kebutuhan Perangkat Lunak;
- d. menyiapkan bahan perencanaan pengembangan perangkat lunak;
- e. menyiapkan bahan pertimbangan penggunaan/pemilihan Perangkat Lunak;
- f. menyiapkan bahan pelaksanaan kerjasama dalam rangka pengembangan perangkat lunak;
- g. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Pengembangan Perangkat Keras, mempunyai tugas:

- a. menyiapkan bahan pengembangan perangkat keras;
- b. menyiapkan bahan analisis penggunaan dan perkembangan perangkat keras;

- c. menyiapkan bahan perencanaan kebutuhan perangkat keras dan sarana pendukung lainnya;
- d. menyiapkan bahan pertimbangan penggunaan/pemilihan Perangkat Keras;
- e. menyiapkan bahan spesifikasi kebutuhan perangkat keras dan sarana pendukung lainnya;
- f. menyiapkan bahan pelaksanaan kerjasama pengembangan perangkat keras;
- g. menyiapkan bahan rekayasa pengembangan perangkat keras
- h. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan pengumpulan layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- b. menyiapkan bahan fasilitasi Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- c. menyiapkan bahan pertimbangan penggunaan/pemilihan Perangkat Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- d. menyiapkan bahan kerjasama dalam rangka layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- e. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

3. Bidang Diseminasi dan Informasi

Bidang Diseminasi dan Informasi, mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan di bidang diseminasi/penyebarluasan informasi.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bidang Diseminasi dan informasi mempunyai fungsi :

- a. pelaksanaan rumusan dan kebijakan pelayanan informasi publik;
- b. pelaksanaan penyiapan rumusan dan kebijakan pelaksanaan pemberdayaan media interaktif;
- c. pelaksanaan penyiapan rumusan dan kebijakan pelaksanaan pemberdayaan media informasi;
- d. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Bidang Diseminasi Informasi , membawahi :

1. Seksi Layanan Informasi Publik;
2. Seksi Media Interaktif;
3. Seksi Media Informasi.

Masing-masing seksi dipimpin oleh kepala seksi yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Bidang .

Seksi Layanan Informasi Publik, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan pelayanan informasi publik;
- b. menyiapkan bahan pelaksanaan identifikasi, pemantauan dan melayani kebutuhan masyarakat terhadap informasi;
- c. menyiapkan bahan pelaksanaan koordinasi kelembagaan layanan publik;
- d. menyiapkan bahan pengelolaan pengaduan masyarakat dibidang layanan publik;
- e. menyiapkan bahan pelaksanaan iklan layanan masyarakat;
- f. menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi dilingkungan Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota guna mendapatkan bahan sajian pelayanan informasi;
- g. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Media Interaktif, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan pelaksanaan kegiatan penyebarluasan informasi secara langsung (interpersonal communication);
- b. menyiapkan bahan sosialisasi kebijakan pembangunan dan pemerintahan;
- c. menyiapkan bahan dialog publik;
- d. menyiapkan bahan fasilitasi komunikasi publik;

- e. menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi/lembaga terkait guna mendapatkan bahan sajian pelayanan informasi;
- f. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Media Informasi, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan penyebarluasan informasi melalui media elektronik, cetak dan luar ruang;
- b. menyiapkan bahan diseminasi informasi melalui media radio dan televisi;
- c. menyiapkan bahan pengelolaan radio milik pemerintah daerah;
- d. menyiapkan bahan penerbitan tabloid, majalah dan penerbitan lainnya;
- e. menyiapkan bahan penyertaan pameran/promosi;
- f. menyiapkan bahan pelaksanaan produksi media luar ruang ;
- g. menyiapkan bahan pengelolaan news room;
- h. menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi/lembaga terkait guna mendapatkan bahan sajian pelayanan informasi;
- i. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

4. Bidang Jaringan Komunikasi

Bidang Jaringan Komunikasi mempunyai tugas menyusun dan melaksanakan kebijakan kerjasama jaringan komunikasi antar lembaga

komunikasi dan informasi. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bidang Jaringan Komunikasi mempunyai fungsi :

- a. pelaksanaan perumusan kebijakan pendayagunaan kelembagaan komunikasi pemerintah dan kelembagaan komunikasi sosial.
- b. pelaksanaan perumusan kebijakan hubungan antar kelembagaan komunikasi dan informasi
- c. pelaksanaan perumusan kebijakan penguatan lembaga informasi publik
- d. pelaksanaan perumusan pola pembinaan dan pengembangan jaringan komunikasi
- e. pelaksanaan koordinasi dibidang pemberdayaan jaringan komunikasi pemerintahan, masyarakat dan pengembangan pelayanan publik
- f. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Bidang Jaringan Komunikasi, Membawahi :

- a. Seksi Komunikasi Sosial;
- b. Seksi Kemitraan Profesi Komunikasi dan Informasi;
- c. Seksi komunikasi Pemerintah.

Masing-masing seksi dipimpin oleh kepala seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang.

Seksi Komunikasi Sosial, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan perumusan kebijakan pendayagunaan lembaga komunikasi sosial;
- b. menyiapkan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang pendayagunaan media tradisional;
- c. menyiapkan bahan pelaksanaan kebijakan pengembangan Kelompok Informasi Masyarakat;
- d. menyiapkan bahan pelaksanaan kebijakan komunitas komunikasi berdasar kesetaraan gender;
- e. menyiapkan bahan koordinasi dibidang pemberdayaan jaringan komunikasi pemerintahan, masyarakat dan pengembangan pelayanan publik;
- f. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Kemitraan Profesi Komunikasi dan Informasi, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang kemitraan lembaga;
- b. menyiapkan bahan penyusunan hubungan kemitraan lembaga komunikasi pemerintah;
- c. menyiapkan bahan penyusunan hubungan kemitraan lembaga profesi;

- d. menyiapkan bahan penyusunan hubungan kemitraan lembaga pemantau media/lembaga konsumen media;
- e. menyiapkan bahan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga terkait dalam rangka pemberdayaan jaringan komunikasi pemerintahan, masyarakat dan pengembangan pelayanan publik;
- f. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Komunikasi Pemerintah, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan penyusunan kebijakan dan fasilitasi pengembangan pusat informasi publik;
- b. menyiapkan bahan fasilitasi pusat-pusat informasi publik;
- c. menyiapkan bahan fasilitasi pemberdayaan komunitas komunikasi strategis yang berkembang di masyarakat;
- d. menyiapkan bahan koordinasi dibidang pemberdayaan jaringan komunikasi pemerintahan, masyarakat dan pengembangan pelayanan publik;
- e. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

5. Bidang Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi

Bidang Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi mempunyai tugas melakukan pemberdayaan telematika pemerintahan, masyarakat dan pengembangan muatan telematika. Untuk melaksanakan tugas

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bidang Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi, mempunyai fungsi :

- a. pelaksanaan pengumpulan bahan pemberdayaan Telematika pemerintahan, masyarakat dan pengembangan muatan telematika;
- b. pelaksanaan penyusunan pedoman dalam rangka pemberdayaan Telematika pemerintahan, masyarakat dan pengembangan muatan telematika;
- c. pelaksanaan pembinaan dan bimbingan teknis penerapan dibidang Telematika pemerintahan, masyarakat dan pengembangan muatan telematika;
- d. pelaksanaan fasilitasi penerapan telematika pemerintahan, masyarakat dan pengembangan muatan telematika;
- e. pelaksanaan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga terkait dalam rangka pemberdayaan telematika pemerintahan, masyarakat dan pengembangan muatan telematika;
- f. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Bidang Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi, membawahi :

- a. Seksi Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Pemerintah;
- b. Seksi Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Masyarakat;
- c. Seksi Pengembangan Muatan Teknologi Informasi Komunikasi.

Masing-masing Seksi dipimpin oleh Kepala Seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang.

Seksi Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Pemerintah, mempunyai tugas:

- a. menyiapkan pengumpulan bahan pemberdayaan Telematika pemerintahan;
- b. menyiapkan bahan penyusunan pedoman dalam rangka pemberdayaan Telematika pemerintahan;
- c. menyiapkan bahan fasilitasi penerapan telematika pemerintahan;
- d. menyiapkan bahan koordinasi dibidang pemberdayaan telematika pemerintahan;
- e. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Masyarakat, mempunyai tugas:

- a. menyiapkan bahan pengumpulan bahan pemberdayaan Telematika bagi masyarakat;
- b. menyiapkan bahan penyusunan pedoman dalam rangka pemberdayaan Telematika bagi masyarakat;
- c. menyiapkan bahan fasilitasi penyelenggaraan penerapan telematika dilingkungan masyarakat;

- d. menyiapkan bahan koordinasi dibidang pemberdayaan Telematika masyarakat;
- e. menyiapkan bahan sosialisasi pemanfaatan telematika kepada masyarakat;
- f. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang;

Seksi Pengembangan Muatan Teknologi Informasi dan Komunikasi, mempunyai tugas:

- a. menyiapkan bahan pengumpulan bahan pengembangan muatan telematika;
- b. menyiapkan bahan penyusunan desain format dan media dalam rangka pengembangan muatan telematika;
- c. menyiapkan bahan perekayasaan pengembangan muatan telematika;
- d. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

6. Bidang Pos dan Telekomunikasi

Bidang Pos dan Telekomunikasi mempunyai tugas melaksanakan pembinaan, pengawasan, pengendalian dan penertiban serta evaluasi kegiatan pelayanan usaha jasa pos dan telekomunikasi khusus serta standarisasi alat peralatan pos dan telekomunikasi. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bidang Pos dan Telekomunikasi, mempunyai fungsi:

- a. pelaksanaan penyusunan analisis pelayanan dan kegiatan usaha jasa pos, filateli, telekomunikasi dan telekomunikasi khusus;

- b. pelaksanaan pemberian pertimbangan standarisasi teknis pos, telekomunikasi dan telekomunikasi khusus di Provinsi;
- c. pelaksanaan penyusunan teknis kegiatan usaha jasa pos, filateli, telekomunikasi dan telekomunikasi khusus;
- d. pelaksanaan pemantauan dan evaluasi kegiatan pelayanan usaha pos, filateli, telekomunikasi dan telekomunikasi khusus;
- e. pelaksanaan tugas - tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Bidang Pos dan Telekomunikasi, membawahi :

- a. Seksi Pos dan Filateli;
- b. Seksi Telekomunikasi;
- c. Seksi Pengawasan dan Penertiban.

Masing-masing seksi dipimpin oleh kepala seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang.

Seksi Pos dan Filateli, mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan ketentuan persyaratan perusahaan jasa titipan;
- b. menyiapkan bahan pembinaan dan pengendalian jasa titipan;
- c. menyiapkan bahan standarisasi sarana prasarana jasa pos;
- d. menyiapkan bahan pembinaan kegiatan filateli;

- e. menyiapkan bahan analisis data pelayanan jasa titipan dan filateli;
- f. menyiapkan bahan bimbingan dan petunjuk teknis penyelenggaraan jasa pos;
- g. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Telekomunikasi, mempunyai tugas:

- a. menyiapkan bahan pertimbangan perusahaan/penyelenggaraan jasa telekomunikasi dan telekomunikasi khusus;
- b. menyiapkan bahan pembinaan dan pengendalian penyelenggaraan jaringan dan jasa telekomunikasi serta telekomunikasi khusus;
- c. menyiapkan bahan analisis data pelayanan jasa telekomunikasi dan telekomunikasi khusus;
- d. menyiapkan bahan bimbingan dan petunjuk teknis penyelenggaraan jasa telekomunikasi dan telekomunikasi khusus;
- e. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Pengawasan dan Penertiban, mempunyai tugas:

- a. menyiapkan bahan pembinaan, pengawasan, pengendalian dan penertiban terhadap pengguna/penyelenggaraan jaringan dan jasa telekomunikasi khusus;
- b. menyiapkan bahan pembinaan, pengawasan, pengendalian dan penertiban terhadap perusahaan/penyelenggaraan jasa titipan telekomunikasi khusus;

- c. menyiapkan bahan pembinaan dan pengawasan penggunaan/ pemanfaatan menara telekomunikasi;
- d. menyiapkan bahan monitoring dan evaluasi perusahaan, penyelenggaraan usaha jasa titipan, telekomunikasi dan telekomunikasi khusus;
- c. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

7. Bidang Pengelolaan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi

Bidang Pengelolaan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi mempunyai tugas melaksanakan pengembangan, pengendalian dan pemeliharaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan komunikasi. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Bidang Pengelolaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi, mempunyai fungsi:

- a. pelaksanaan penyusunan pedoman pengembangan, pengendalian dan pemeliharaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- b. pelaksanaan penyusunan kebutuhan dan konfigurasi pengendalian dan pemeliharaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- c. pelaksanaan pengembangan, pengendalian dan pemeliharaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;

- d. pelaksanaan koordinasi dalam rangka pengembangan pengendalian dan pemeliharaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komukikasi;
- e. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

Bidang Pengelolaan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komukikasi ,
membawahi:

- a. Seksi Pengembangan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- b. Seksi Pengendalian Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- c. Seksi Pemeliharaan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Masing-masing seksi dipimpin oleh kepala seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang.

Seksi Pengembangan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi,
mempunyai tugas :

- a. menyiapkan bahan pengembangan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- b. menyiapkan bahan perekayasaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- c. menyiapkan bahan penerapan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;

f. menyiapkan bahan pelaksanaan uji coba hasil pengembangan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;

g. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Pengendalian Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi, mempunyai tugas:

a. menyiapkan bahan pengendalian Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;

b. menyiapkan bahan petunjuk operasional Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;

c. menyiapkan bahan pertimbangan penggunaan / pemilihan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi ;

d. menyiapkan bahan kerjasama pengendalian Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;

g. menyiapkan bahan pelaksanaan operasionalisasi Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi ;

h. menyiapkan bahan monitoring, evaluasi dan pelaporan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi ;

i. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang.

Seksi Pemeliharaan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi, mempunyai tugas:

- a. menyiapkan bahan pemeliharaan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- b. menyiapkan bahan pelaksanaan penilaian dan pengkajian kelayakan Infrastruktur jaringan Teknologi Informasi dan Komunikasi ;
- c. melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini penulis akan menyajikan data hasil wawancara serta analisa terkait Strategi Komunikasi Manajaemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Penulis akan menguraikan proses Strategi komunikasi manajemen isu publik yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur yang berperan sebagai pembuat rencana dari strategi komunikasi manajemen isu publik. Dari data penelitian yang dihimpun diketahui bahwa strategi komunikasi Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur dalam manajemen isu publik terbagi kedalam beberapa tahap. Mulai dari tahap agenda setting, monitoring media, menyusun kajian isu publik, analisis isu media, perumusan kajian isu, diseminasi informasi, serta tahap evaluasi.

Agar penelitian ini lebih terstruktur, peneliti menggunakan teori manajemen isu publik, Howard Case dan Barry Jones 1976. Case dan Jones membagi lima tahap aktivitas manajemen isu yang bersifat universal dalam model ini, artinya menjadi standart internasional dan menjadi formula bagi akademisi yang telah diakui dan dipraktekan oleh para ahli seperti Johnston, Regester, dan Larkin serta Seitel. Kelima tahap tersebut antara lain identifikasi Isu, analisis Isu, mengelola isu, merespon isu, dan tahap evaluasi.

4.1 Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur

4.1.1 Tahap Identifikasi Isu

Manajemen mesti mengenal dahulu isu-isu yang diasumsikan dapat memengaruhi organisasi, proses identifikasi dalam tahap ini dapat menggunakan beberapa cara antara lain: Polling opini, monitoring berita – berita media, penyediaan kotak opini untuk menampung opini publik internal, mengunjungi dan mendengar langsung aspirasi publik dan monitoring media sosial. Strategi – strategi monitoring isu tersebut merupakan proses yang berkesinambungan atau berkelanjutan dalam operasional organisasi. Kegiatan monitoring media inilah yang direncanakan oleh Dinas Kominfo Provinsi Jatim dalam strategi komunikasi di media kominfo.jatimprov.go.id.

“menetapkan agenda setting ataupun rencana peliputan misalnya untuk penulisan di media kami baik itu media online maupun media sosial misalnya, strategi itu kemudian setelah menetapkan perencanaan agenda setting nanti baru turun kelapangan untuk peliputan kemudian ada proses editing dan lain lain untuk kemudian di tampilkan di media komunikasi yang dimiliki dinas kominfo provinsi jawa timur.”

Dalam praktiknya, proses identifikasi isu yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur menggunakan agenda setting serta monitoring media massa. Kegiatan agenda setting dan monitoring ini

dilakukan sebagai landasan atau langkah awal untuk mencari data dan informasi terkait isu yang diangkat oleh media setiap harinya.

“Jadi, ada proses agenda setting dan juga ada manajemen isu yang mungkin akan kita bicarakan lebih lanjut setelah agenda setting itu yang pertama menetapkan agenda ataupun rencana peliputan tujuan dan sebagainya kemudian menyiapkan agenda isunya, lalu pengelolaan isu public itu kami melakukan apa yang disebut dengan monitoring media jadi kami punya proses monitoring media secara online disana kemudian juga kami mendapatkan data-data secara periodik, misalnya secara mingguan pada isu-isu apa yang lagi rame pada waktu tertentu kemudian juga pada waktu tempo tertentu yang lagi rame apa kemudian akan kami respon.”

“karena kami ingin melihat agar pemberitaan yang kami sampaikan juga lebih tepat sasaran termasuk isu-isu ataupun kebijakan pemerintah yang disampaikan kepada publik kemudian dapat diterima oleh masyarakat dengan baik”

Berdasarkan hasil penelitian pada tahap ini, isu-isu yang berada di media massa dipantau melalui media online maupun media cetak seperti pada website kominfo.jatimprov.go.id merupakan salah satu media online yang dikelola pemerintah, tepatnya oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Timur, *website* ini digunakan sebagai media untuk memberitakan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Selain itu, media ini juga digunakan untuk melaporkan prestasi-prestasi yang telah diraih oleh sebuah elemen masyarakat di Jawa Timur, baik itu dari kalangan birokrat pemerintah, akademisi, ataupun praktisi.

Gaya pemberitaan media yang dimiliki Dinas Kominfo Jatim merupakan salah satu strategi yang dipilih untuk membentuk citra positif Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Informasi-informasi positif yang disampaikan akan menghasilkan persepsi baik dan memperkuat kognisi masyarakat tentang Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

Selain dari media online Dinas Kominfo Jatim memberikan sebuah solusi kepada Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui media cetak yang diterbitkan setiap tahun guna mengatasi isu publik yang beredar dimasyarakat. mulai dari tahun 2015 – 2019, melalui program fasilitasi isu aktual secara rutin menerbitkan dokumen kajian isu aktual sebanyak dua kali sebulan sehingga setiap tahun dihasilkan 24 dokumen kajian isu aktual. Dengan demikian hingga akhir 2019, akan terbit sebanyak 120 dokumen kajian isu aktual dalam waktu 5 tahun.

Fasilitasi Isu Aktual ini berupa kajian teoritis dan akademis berkenaan dengan kebijakan yang diambil Pemerintah Provinsi Jawa Timur utama yang berkaitan dengan kepentingan publik. Kajian teoritis dan akademis tersebut berupa dokumen tertulis mengenai kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Timur telah dianalisis secara mendalam untuk kemudian menjadi bahan pertimbangan bagi para pengambil kebijakan dalam menentukan kebijakan berikutnya.

Setelah diketahui isu yang berkembang di media online dan media cetak, Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur melakukan rapat untuk menentukan isu apa yang diangkat pada hari itu. Dalam rapat ini, kecerdasan tim pada monitoring sangat dibutuhkan untuk menentukan isu apa yang diangkat. Isu yang diangkat harus memenuhi beberapa unsur. Antara lain merupakan suatu kejadian yang berkaitan dengan hidup masyarakat. Berkaitan dengan program pemerintah dan isu yang berpengaruh dengan keamanan. serta merupakan isu yang paling banyak dibicarakan di media.

Pada tahap identifikasi, peneliti menilai tim monitoring dari Dinas Kominfo Jawa Timur sudah bekerja dengan baik, hal ini berdasarkan hasil observasi langsung peneliti di Dinas Kominfo Jawa Timur, para petugas datang dan mengerjakan analisis konten media dengan cepat. Bahan-bahan monitoring media cetak sudah tersedia dengan baik, begitupun dengan website kominfo.jatimprov.go.id yang selalu online dan siap digunakan kapan pun saat dibutuhkan.

4.1.2 Tahap Analisis Isu

Setelah isu yang muncul diidentifikasi dan di prioritaskan, tahap kedua dimulai. Tahap ini mencakup upaya menganalisis penyebab isu dan kemungkinan akibatnya bagi aktifitas organisasi. Tujuan tahap ini adalah mengetahui isu sebenarnya, penyebabnya dan dari mana sumbernya.

Proses analisis ini diperkuat dengan riset yang bertujuan mengidentifikasi opini-opini para pemuka pendapat yang berpengaruh di masyarakat terhadap isu yang terjadi. Menurut informan, ketika Pemprov Jawa Timur dilanda isu atau pemberitaan negative, maka hal itu akan dibahas di internal untuk kemudian dilakukan analisis terhadap permasalahan itu serta langkah yang akan dilakukan. Seperti misalnya maraknya prostitusi online di Jawa Timur, setelah mengetahui bahwa adanya pemberitaan tersebut, maka Dinas Kominfo Jawa Timur mengkonfirmasi ke internal. Disini akan dianalisis sampai detail mulai dari mengapa ini bisa terjadi, dan dari mana sumbernya. Dari hasil analisis ini diketahui, bahwa media sosial menjadi sarana efektif, efisien dan low budget dalam para pelaku untuk tetap melakukan aktivitasnya.

“analisis pertama kami lakukan secara singkat itu melalui aplikasi tersebut ada ringkasan untuk aplikasinya, kemudian analisis berikutnya kami lakukan dengan melibatkan tenaga ahli melibatkan beberapa akademisi yang pakar dibidangnya untuk menganalisis isu-isu tersebut”

“melalui aplikasi media monitoring yang bisa memantau isu baik detik bahkan, waktu nya itu sangat singkat sekali jadi tidak dalam tempo sehari dalam waktu tempo itu juga kami bisa langsung dalam waktu tempo setengah jam kebelakang yang paling banyak isu apa, itu kemudian dilakukan dengan aplikasi tersebut terbaca dari banyak media hampir dua ratus lebih media online dan ribuan media sosial cukup dengan memasukan kata kunci yang kami inginkan maka kami akan sudah dapat mengenali isu-isu public apa yang lagi rame diperbincangkan di masyarakat”

Berdasarkan hasil penelitian untuk tahapan analisis yang dilakukan Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur agar dapat mengenali isu apa yang muncul melalui aplikasi, yang kemudian melalui aplikasi tersebut di olah dan di analisis oleh tenaga ahli yang berada di bidangnya. Rangkuman pernyataan – pernyataan, kebijakan maupun penjelasan pejabat pemerintah berdasarkan hasil monitoring melalui media online yang di miliki oleh Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur. Dari hasil monitoring tersebut dilakukan pengelolaan data dan analisis data yang menghasilkan suatu *Policy Brief*.

4.1.3 Tahap Merespon Isu

Organisasi merencanakan aksi atau tindakan. Pemberian respon diartikan sebagai menyampaikan posisi atau sikap organisasi terhadap isu, artinya program-program tersebut diaplikasikan untuk mempresentasikan tujuan-tujuan dan opini organisasi terhadap isu dan untuk memengaruhi public terhadap isu tersebut. Pada tahap ini peran Dinas Kominfo Jawa Timur dalam mengelola isu menjadi lebih dominan. Pengendalian isu di koordinasikan langsung oleh Dinas Kominfo Jawa Timur kepada Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Untuk mengetahui bagaimana merumuskan strategi komunikasi manajemen isu public yang bisa dilakukan Pemprov untuk merespon isu tersebut.

“Strategi komunikasi yang kami pahami disini adalah bagaimana kemudian kami menyusun konten informasi tersebut mulai dari

monitoring isunya, monitoring media nya melalui aplikasi yang kami miliki kemudian juga kami lakukan kajian baik kajian secara singkat untuk melihat tone ataupun tendensi negative ataupun positif dari suatu pemberitaan juga analisis lebih lanjut yang kami lakukan melibatkan tenaga ahli ataupun akademisi dibidang tertentu untuk kemudian memberikan sumbang saran memberikan opini pendapat tentang kebijakan apa yang baiknya diambil oleh pemprov jawa timur atas isu tersebut”

Ketika telah diketahui tendensi negative pemberitaan media lebih dominan memberikan keresahan kepada publik, maka barulah disusun strategi komunikasinya untuk merespon isu-isu tersebut berdasarkan data dan fakta yang ada di pemerintahan.

“kami memonitoring isunya dulu melihat tone nya positif atau negative walaupun itu memang negative kami akan meresponnya menjawab misalnya katakanlah isu jalan rusak yang banyak dikeluhkan oleh masyarakat dimedia sosial itu akan kami koordinasi dengan dinas pu dinamarga yang mengampu kebijakan tersebut, mereka akan menyampaikan tentang kebijakannya, mengambil kebijakan untuk jalan rusak tersebut, bahkan diperbaiki ditambal dan sebagainya.”

Adapun *framing* yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Jawa Timur melalui media yang mereka miliki guna untuk memilah isu - isu pemberitaan yang sering muncul pada media massa dan membutuhkan respon langsung oleh Pemprov lalu kemudian isu tersebut yang akan diambil, perumusan kebijakan melibatkan lintas sektoral dari beberapa perangkat daerah tertentu yang mengampu kebijakan tersebut.

“perumusan isu tersebut kami ambil untuk isu - isu yang memang lagi hangat diperbincangkan dan butuh respon segera dari pemprov maka kemudian isu tersebut yang kami ambil,

perumusan kebijakannya kami melibatkan lintas sektoral beberapa perangkat daerah tertentu yang mengampu kebijakan tersebut nah itu yang kami ajak untuk merespon lebih lanjut isu tersebut, bisa melalui media sosial yang mereka miliki kemudian juga berkoordinasi dengan kami, kemudian akan kami sampaikan melalui media yang kami miliki”

Menurut Harrison dan Register Larkin membagi strategi dalam tiga tahap, antara lain:

1. ***Adaptive change strategy*** adalah strategi terbuka dan akomodasi untuk perubahan, mengantisipasi perubahan dan menawarkan dialog konstruktif untuk menggapai kompromi dan akomodasi.
2. ***Reactive change strategy*** adalah strategi berdasarkan ketidakinginan organisasi untuk berubah dengan tetap menekankan pada perilaku sebelumnya. Menurut strategi ini, kebijakan organisasi selama ini sudah efektif menghadapi isu yang terjadi. Disebut strategi *stonewalling*, karena organisasi kukuh atau tidak bergeming bagaikan dinding batu.
3. ***Dynamic response strategy*** adalah strategi yang mengantisipasi dan berusaha membentuk arah pembuatan kebijakan publik dengan menentukan bagaimana kampanye terhadap isu dilaksanakan. Strategi ini menjadikan organisasi pemimpin menuju perubahan.

Dari ketiga strategi dalam tahap merespon isu tersebut, dapat diidentifikasi bahwa strategi komunikasi manajemen isu publik yang

di lakukan Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur menggunakan model *reactive change strategy*. Konsep ini menekankan pada ketidakinginan organisasi untuk berubah dan tetap menakanan pada perilaku sebelumnya. Menurut konsep ini, strategi komunikasi manajemen isu publik yang dilakukan Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur sudah efektif dalam menjalankan kebijakan-kebijakan yang diisukan.

“harapan kedepannya strategi komunikasi ini bisa lebih efektif menjangkau hampir seluruh media yang ada di jawa timur misalnya dan kemudian memperbaiki konten narasi yang kami ciptakan dan juga melengkapi beberapa data pendukung dalam bentuk infografis ataupun videografis itu yang lebih menarik bagi masyarakat”

Namun idealnya, strategi komunikasi manajemen isu publik yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur seharusnya dapat menggunakan *dynamic response strategy*. Model ini menjadikan pemerintah sebagai pemimpin opini dan pencetus isu-isu yang akan berkembang menjadi perbincangan publik, dengan strategi ini, pemerintah tidak hanya menjadi pengikut arus media dan mengklarifikasinya melainkan menjadi pemimpin opini dalam setiap isu-isu yang dibangun.

4.1.4 Tahap Pelaksanaan Program Isu

Pada tahap ini, organisasi melaksanakan program-program yang telah disusun untuk merespon isu. Pelaksanaan program ini merupakan upaya yang meminimalkan opini antara public dan organisasi. Diharapkan untuk

memberikan aksi nyata bahwa organisasi telah mengubah sikap, yaitu merancang program strategis telah di dasarkan kepada kebutuhan public yang tercermin dari isu-isu yang berkembang. Berikut hasil wawancara kepada informan penelitian mengenai tahap pelaksanaan atau program yang dilakukan untuk menangani isu publik yang tengah beredar di media massa :

“tahap pelaksanaan nya yang pertama adalah melaksanakan monitoring media tadi, monitoring media itu secara umum secara general akan kami lihat isu apa yang kemudian sedang hangat dalam satu minggu terakhir misalnya baik itu dari media sosial maupun di media online setelah melihat isu tadi itu kami kemudian menyusun kajian isu public, kajian isu public itu dilaksanakan dalam bentuk mengkaji isu-isu tertentu yang kita anggap lagi hangat diperbincangkan di masyarakat, kemudian isu tersebut kami rumuskan lagi menjadi sebuah bentuk narasi tunggal begitu jadi ada narasi beritanya ada konten video ada foto ataupun infografis ataupun videografis dan sebagainya, dari konten tersebut tadi kemudian disampaikan kepada public melalui media yang kami miliki yaitu media sosial maupun media online tapi utamanya sih media sosial karna lebih menjangkau banyak secara segmentik”

Setelah melaksanakan tahap monitoring media secara umum kemudian pihak instansi memilah isu apa yang sedang hangat di perbincangkan dalam kurun satu minggu terakhir baik itu dari media sosial maupun media online, lalu kemudian Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur menyusun kajian isu publik, dimana kajian isu publik tersebut di rumuskan menjadi bentuk narasi tunggal yang berisi konten infografis maupun videografis, dari konten tersebut kemudian disampaikan kepada publik melalui media ataupun website seperti [kominfo,jatimprov.go.id](http://kominfo.jatimprov.go.id).

“mengkaji isu-isu tertentu yang lagi hangat di masyarakat kemudian menyiapkan kajiannya kemudian memframing isu tersebut darimana kemudian kebijakan apa yang kita ambil dari isu tersebut itu kami wujudkan dalam bentuk narasi tunggal tadi ada konten narasi beritanya ada konten video, foto, infografis, videografis dan sebagainya yang kami sampaikan kepada public”

Kominfo.jatimprov.go.id merupakan salah satu media online yang dikelola pemerintah, tepatnya oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Timur. website ini digunakan sebagai media untuk memberitakan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Gaya pemberitaan media yang dimiliki Dinas Kominfo Jatim merupakan salah satu strategi yang dipilih untuk membentuk citra positif Pemprov Jatim. Informasi-informasi positif yang disampaikan akan menghasilkan persepsi baik dan memperkuat kognisi masyarakat tentang Pemprov Jatim. Namun ada sedikit kendala pada website tersebut seperti dari segi tampilan yang kurang enak dinikmati oleh visitor.

“kominfo.jatimprov.go.id pertama memang kendalanya pengelolaan website tersebut belum cukup professional belum cukup maksimal kami lakukan, misalnya dari segi tampilan dari sisi yang lain lain mungkin belum enak untuk dinikmati lebih lanjut”.

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka Dinas Kominfo Jawa Timur guna untuk merespon isu yaitu melaksanakan media monitoring secara umum dengan menggunakan media sosial maupun media online kemudian menyusun kajian isu publik kajian isu public itu dilaksanakan dalam bentuk mengkaji isu-isu tertentu yang dianggap lagi hangat

diperbincangkan di masyarakat, kemudian isu tersebut di rumuskan menjadi sebuah bentuk narasi tunggal, yang berisi konten video, foto ataupun infografis ataupun videografis dan sebagainya, dari konten tersebut tadi kemudian disampaikan kepada publik.

4.1.4 Tahap Evaluasi

Untuk mengukur apakah upaya merespon isu telah berjalan dengan baik, maka diperlukan program-program riset. Dinas Kominfo Jawa Timur kembali mengadakan pemantauan media untuk melihat efektifitas media sosial dan media online maupun website dalam membalikan isu negative yang berkembang di masyarakat. Berikut hasil wawancara kepada informan :

“evaluasi lebih banyak kami lakukan di media massa umum bahkan media online dan juga media sosial karna isunya lebih dominan di media tersebut, kalo di website jatimprov memang lebih banyak pemberitaan tentang kebijakan dan juga kegiatan pimpinan, kegiatan gubernur wakil gubernur, dan juga kebijakan yang kita sampaikan di media tersebut, memang sebagian besar isu yang ada di media tersebut itu adalah isu yang sudah kita set tadi untuk merespon isu isu yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat”

“peran kita dalam manajemen isu public ini tadi, jelas kita menganalisis isu tertentu kemudian juga memberikan respon atas isu tersebut juga menyampaikannya kepada masyarakat, jadi saya kira cukup menyeluruh dari hulu sampai hilir dari kami mulai memonitoring isunya kemudian kami juga memonitoring isu kemudian kami juga meresponnya secara singkat maupun temen temen ditengah ahli tadi itu atau juga koordinasi kami dengan perangkat daerah tertentu yang mengampu tentang kebijakan tersebut, setelah itu juga kami mengolahnya lagi menjadi konten narasi yang menarik dilengkapi dengan foto,

infografis dan sebagainya, kemudian menyampaikannya kepada public”

“dalam strategi komunikasi kepada public kami memanfaatkan semua media sosial kami mempunyai instagram , facebook, youtube bahkan untuk konten konten informasi yang sesuai dengan jenis informasi dan segmentasi audiencenya, kemudian media lain media online kami punya website kominfo jatimprov,id itu media online yang aktif hampir setiap hari kami update informasinya kemudian kami juga melakukan kerjasama seperti televisi ada beberapa talkshow kami, dialog kami di tv maupun di radio jawa timur, kami juga memanfaatkan media cetak beberapa efodterial kami juga press release kami juga dimuat di beberapa media tersebut.”

Tujuan utama dari manajemen isu yang di implementasikan Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur dalam media online, media sosial maupun website adalah bentuk satu narasi yang seragam antar Dinas Kominfo dan Pemerintah sehingga tidak ada disinformasi yang akan membuat masyarakat resah dan bingung terhadap suatu kebijakan yang di putuskan oleh pemerintah. Website kominfo.jatimprov.go.id juga berfungsi sebagai sarana klarifikasi pemerintah terhadap isu-isu yang beredar di masyarakat melalui berbagai kanal media, sehingga tercapai kesepakatan bersama yang merupakan tugas utama dari public relations.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan hasil deskripsi dari analisis mengenai Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur dijalankan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur dapat disimpulkan bahwa dengan mengetahui isu - isu yang tengah beredar pada publik, pemerintah melakukan dua strategi komunikasi publik yaitu manajemen isu publik dilakukan dengan cara monitoring media dan menetapkan agenda setting serta mengangkat isu publik sebagai bahan pemberitaan dalam media pemerintah. Strategi komunikasi pemerintah bisa dikatakan efektif apabila hasil analisis isu publik selaras dengan pemberitaan media di pemerintah. Adapun manajemen isu publik dibagi menjadi lima tahapan antara lain: identifikasi isu, analisis isu, mengelola isu, pelaksanaan program isu, dan tahap evaluasi.

Peneliti menyimpulkan bahwa manajemen isu publik yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Jawa Timur selaku yang menjalankan strategi komunikasi sudah berjalan dengan baik. Namun dengan catatan perbaikan pada website kominfo.jatimprov.go.id misalnya dari segi tampilan dari sisi yang lain - lain mungkin belum enak untuk dinikmati lebih lanjut.

Diharapkan kedepannya fungsi Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur dalam menjalankan strategi komunikasi manajemen isu publik dapat dijalankan menjadi

lebih baik lagi sebagaimana definisi public relations yang menghubungkan instansi dengan publiknya secara timbal balik serta menjunjung tinggi niat baik dan kesepahaman bersama. Peneliti menilai bahwa strategi komunikasi manajemen isu publik yang dijalankan oleh Dinas Kominfo Jawa timur saat ini baru menjalankan niat baik dengan mensosialisasikan program dan menghandle isu negative yang menyerang pemerintah. Idealnya media yang di miliki instansi juga menampung kritik serta saran publik agar mencapai kesepahaman bersama dan saling pengertian.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, peneliti menemukan beberapa kekurangan yang mungkin dapat diperbaiki pada pelaksanaan strategi komunikasi manajemen isu publik pemerintah provinsi jawa timur yang dijalankan dinas kominfo provinsi jawa timur. Pertama, pada tahap analisis isu menggunakan kominfo.jatimprov.go.id, peneliti menemukan beberapa kesalahan pada sistem website tersebut sehingga berita yang dicari tidak sesuai dengan yang ditampilkan di platform. Hal ini tentu disadari oleh pihak pengembang website tersebut, sehingga akan lebih baik jika staff monitoring tidak hanya berpatokan pada website jatimprov.go.id melainkan mencari referensi tambahan sebagai penguat dalam tahap analisis. Kedua, pada tahap diseminasi informasi, selain memanfaatkan media massa, pemerintah juga sangat memanfaatkan website dan media sosial dinas kominfo jawa timur, jika dilihat kominfo.jatimprov.go.id menjadi pelopor website bagi pemerintah, menyarankan untuk membuat tampilan website yang lebih menarik minat masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung : CV Amrico, 2005.
- Bungin, Burhan. (2007). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- M.A, Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Sayomukti, Nurani. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta : AR-RUZZ MEDIA
- Soemirat, Soleh dan Ardianto. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Remaja Rosdaarya.

Jurnal :

- Arofi, Abdul Mukhlis (10 Juli 2018). *Strategi Government Public Relations Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam mengelola isu public*. <http://abdul%20mukhlis%20arofi-fdk> diunduh 16 Januari 2019
- Amelia, Nisa (2012). *Pola Pengelolaan Isu Pt. Kpc (Kaltim Prima Coal) Studi pada Public Relations PT. KPC Sangatta, Kalimantan Timur*. <http://eprints.umm.ac.id/27613/> diunduh 16 Januari 2019
- Fadillah Nur, Nadia (5 Desember 2014). *Strategi Komunikasi Isu dan Krisis dalam menyikapi pemberitaan negative di media online*. [.http://digital_2016-5_20404591-MK-NadiaNurFadilla/](http://digital_2016-5_20404591-MK-NadiaNurFadilla/) diunduh 24 Januari 2019
- Khonzim Nur, Moh Aziz (28 Juli 2017). *Strategi Komunikasi Humas Kepolisian Resort Ponorogo dalam Manajemen Isu Penculikan dan Jaringan penjualan*

organ tubuh anak di Ponorogo. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/3557>
diunduh 25 Januari 2019

Nst Atmaja, Romi (15 Agustus 2017). *Strategi Manajemen Isu Humas RSUD Dr Pirngadi Medan dalam menangani pemberitaan negative.*
<http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/2234>
diunduh 24 Januari 2019

Artikel Online :

<http://kampuskomunikasi.blogspot.com/2008/06/strategikomunikasi.html>
diakses 15 Januari 2019

<http://sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html>
diakses 17 Januari 2019

<https://belajarkomunikasi.wordpress.com/2008/11/09/manajemen-isu-krisis-konflik-minggu-ke-1.html> diakses 18 Januari 2019

<http://kominfo.jatimprov.go.id/ppid/berkasppid/Renstra%20Dinas%20Kominfo>
diunduh 18 Januari 2019

<http://kominfo.jatimprov.go.id/read/data/undang-undang> diunduh 19 Februari 2019

Lampiran 1.

PEDOMAN WAWANCARA
DINAS KOMINFO PROVINSI JAWA TIMUR

Hari, tanggal :

Nama :

Jabatan :

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA UNTUK INFORMAN DALAM
MELAKSANAKAN STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN ISU PUBLIC
PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR

1. Apa rencana Dinas Kominfo Prov Jatim dalam strategi komunikasi di media kominfo jatim ?
2. Bagaimana panduan dari perencanaan komunikasi dan pengelolaan isu public pemprov jatim untuk mencapai suatu tujuan ?
3. Mengapa menggunakan rencana tersebut ?
4. Apa tahap pelaksanaan manajemen isu public pemprov ?
5. Bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi dalam manajemen isu public pemprov jatim ?
6. Apakah kendala dalam pelaksanaan strategi komunikasi website jatimprov.go.id ?
7. Bagaimana cara pemprov jatim dalam mengenali manajemen isu publik yang diasumsikan?
8. Bagaimana menganalisis media manajemen isu publik yang ditemukan ?
9. Bagaimana merumuskan manajemen isu public yang bisa dilakukan pemprov untuk merespon isu tersebut ?
10. Bagaimana mengevaluasi manajemen isu public tersebut yang berada di website kominfo.jatimprov.go.id?

PEDOMAN WAWANCARA
DINAS KOMINFO PROVINSI JAWA TIMUR

Hari, tanggal :

Nama :

Jabatan :

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA UNTUK INFORMAN DALAM PROSES
STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN ISU PUBLIC PEMERINTAH PROVINSI
JAWA TIMUR

1. Apakah yang dimaksud strategi komunikasi menurut Dinas Kominfo Prov Jatim itu sendiri ?
2. Strategi komunikasi apa yang digunakan pemrov jatim untuk menghadapi isu yang muncul ?
3. Siapakah peran dalam strategi komunikasi manajemen isu publik pemprov jatim ?
4. Bagaimana peran Dinas Kominfo Prov Jatim dalam menerapkan strategi komunikasinya kepada publik dalam proses strategi komunikasi nya ?
5. Apa harapan kedepannya bagi strategi komunikasi pemprov jatim dalam mengelola isu public ?

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

	YAYASAN BRATA BHAKTI DAERAH JAWA TIMUR	
	UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA	
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK		
STATUS TERAKREDITASI		
Administrasi Publik : 0963/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2016		
Ilmu Komunikasi : 1888/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2017		
Kampus : Jl. A. Yani 114 Telp. 031-8285602, Ex. 120, 121 Fax. 031 - 8285601		

Nomor	: 136 /III/2019/FSP/UB	Surabaya, 21 Maret 2019
Lampiran	: -	
Perihal	: <u>Permohonan ijin Penelitian & Survey</u>	

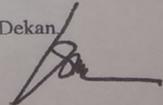
Kepada :
Yth. Kepala Dinas Kominfo Prov. Jawa Timur
Jl. A. Yani No. 242 - 244
di -
Surabaya

Dengan Hormat,

- Dalam rangka usaha untuk menyusun, suatu laporan penelitian/menyusun skripsi bagi mahasiswa/i tingkat akhir, maka dengan ini kami mengharapkan bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi kesempatan guna melaksanakan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.
- Adapun mahasiswa/i tersebut adalah:

N a m a	: ACHMAD RISKI YULIANTO
NIM	: 1513211051
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul	: Strategi Komunikasi Manajemen Isu Publik Pemerintah Provinsi Jawa Timur
Tempat Penelitian	: - Kantor Dinas Kominfo Prov. Jawa Timur
Lama Penelitian	: ±3 Bulan
- Atas segala bantuan yang diberikan demi keberhasilan penelitian tersebut kami sampaikan terima kasih.

Dekan,



ISMAIL, S.Sos. M.Si
NPP. 216000168

TEMBUSAN : Yth.
- Kepala LPPM UBHARA

Lampiran 3. Kartu Bimbingan Skripsi

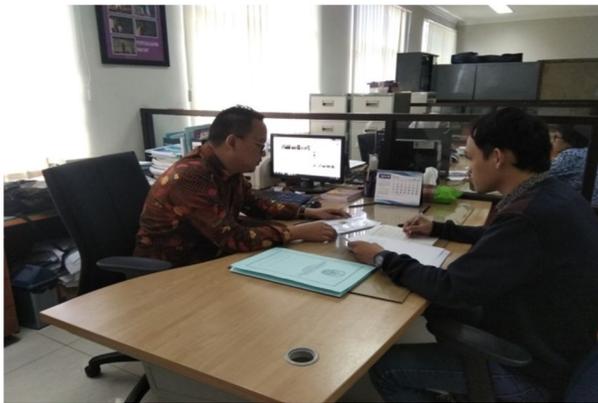
TANGGAL	URAIAN	TD.TNGN
7/12 ¹⁸	Pengajuan Judul	baik
11/1 ¹⁹	Revisi Latar belakang masalah (Bab 1)	baik
22/1 ¹⁹	Revisi Rumusan masalah	baik
13/2 ¹⁹	Revisi Bab I Definisi konsep	baik
20/2 ¹⁹	Revisi Bab II Aspek Penelitian Lanjut Bab III	baik
6/3 ¹⁹	Revisi kerangka konseptual	baik
8/4 ¹⁹	Revisi Bab II, lanjut bab IV	baik
25/4 ¹⁹	Revisi Bab IV	baik
14/5 ¹⁹	Revisi Bab IV	baik
28/5 ¹⁹	Lanjut Kesimpulan dan Saran	baik

SURABAYA,
PEMBIMBING I,
[Signature]
FITSA WIDYANITA

TANGGAL	URAIAN	TD.TNGN
7/12 ¹⁸	Pengajuan judul disesuaikan dengan Latar belakang masalah	baik
10/1 ¹⁹	Latar belakang agar menggambarkan permasalahan	baik
20/1 ¹⁹	Rumusan masalah fokus pada Teknik Penelitian	baik
13/2 ¹⁹	Revisi Konsep diusun sesuai Pembahasan Indikator Judul	baik
20/2 ¹⁹	Bab II agar diawali dengan penelitian terdahulu	baik
6/3 ¹⁹	kerangka konseptual Hal 25-26 agar diurus Teori mengesakan judul	baik
8/4 ¹⁹	Bab II agar di tanyakan Gambaran obyek Penelitian	baik
25/4 ¹⁹	Pembahasan bab IV narasikan korelasi hasil penelitian dan prinsip konsep	baik
14/5 ¹⁹	Bab IV narasikan Program penelitian	baik

SURABAYA, *juni 2019*
PEMBIMBING II,
[Signature]

Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara



Wawancara bersama bapak Eko Setiawan bagian Kasi Sumber Daya Komunikasi Publik