

STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN ISU PUBLIK PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR

Achmad Riski Yulianto

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Bhayangkara Surabaya

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.

Keywords: Communication, Strategy, Public, Issue Management

PENDAHULUAN.

Semakin pesatnya sebaran kemudahan media dan informasi dari berbagai sumber tidak masyarakat dalam menyampaikan dan dapat terbendung di era teknologi menerima informasi akan membangun komunikasi seperti saat ini. Beragam berbagai macam isu dan ragam berita dari perusahaan media massa kepentingan publik. Selain itu, sifat dan berbagai kanal digital dapat media massa yang cenderung kritis dengan mudah diterima tanpa terbatas terhadap kebijakan pemerintah, jarak, mulai dari berita sosial, membuat pemerintah provinsi ekonomi, politik, dan sebagainya. jawa timur harus secara efektif

Dari banyaknya jumlah media mengelola isu publik yang tengah saat ini, maka sangat mudah bagi beredar di masyarakat. masyarakat untuk mendapatkan Pemerintah (setiap instansi) informasi yang berkembang. Namun, 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.

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. 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?”

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

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

Kerangka Teori

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).

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 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 adalah kajian dari public relations yang asal muasalanya 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 dipraktekan oleh para ahli seperti Johston, Regester dan Larkin serta Seitel. Kelima tahap tersebut yaitu :

1. Identifikasi Isu

Proses untuk membandingkan tren yang terjadi diranah 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.

Metode Penelitian

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.

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.

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

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

Teknik Pengumpulan Data

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

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

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

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.

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 sistematis 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

Deskripsi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur

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.

Visi :

"Terwujudnya Penyebarluasan Informasi dan Pelayanan Publik melalui TIK di Jawa Timur"

Misi :

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.

Penyajian Data

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, diperoleh data sebagai berikut:

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 praktinya, 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.

2 Tahap Analisis Isu

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, waktunya 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 memasukkan 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.

3. Tahap Merespon Isu

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.

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. “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).

5. 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 sosisal 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](http://jatimprov.go.id) 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”

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 kesepahaman bersama yang merupakan tugas utama dari public relations.

Penutup

Kesimpulan

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 lama tahapan antara lain: identifikasi isu, analisis isu, mengelola isu, pelaksanaan program isu, dan tahap evaluasi.

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-](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

<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/bekasppid/Renstra%20Dinas%20Kominfo>

diunduh 18 Januari 2019

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

