

Strategi Tim AMB Diskominfo DKJ dalam Mengidentifikasi Isu Pemberitaan di Media

Sylvia Herman¹, Mochammad Gafar Yoedtadi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: sylvia.915210081@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: gafary@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 11-01-2025, revisi tanggal : 05-02-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-03-2025

Abstract

As a major city with complex activities, DKJ often becomes the focus of various issues. To address this, Diskominfo DKJ utilizes media monitoring as a tool to identify negative issues emerging in the region. This study focuses on the strategies implemented by the AMB Team of Diskominfo in detecting negative issues from media coverage. A qualitative approach with a case study method is used in this research, with data collected through observation, interviews, and documentation. The subject of the study is the AMB Team of Diskominfo DKJ, while the object is the strategies they use to identify negative issues. The findings show that in identifying negative issues, the AMB Team conducts issue management by applying strategies such as media monitoring and sentiment analysis. By monitoring news across various platforms, including print media, television, radio, and online media, they are able to gather data on emerging issues. This strategy is supported by sentiment analysis, which helps classify news as positive, negative, or neutral. Such analysis enables swift issue identification and efficient decision-making to prevent potential crises. Additionally, structured organizational communication, encompassing horizontal, upward, and downward communication, further accelerates the flow of information and ensures appropriate responses to developing issues.

Keywords: AMB Team, analisis sentimen, media monitoring, negative issue, strategy

Abstrak

Sebagai kota besar dengan aktivitas yang kompleks, DKJ sering kali menjadi sorotan berbagai isu beragam. Untuk mengatasi hal ini, Diskominfo DKJ memanfaatkan media monitoring sebagai alat untuk mengidentifikasi isu negatif yang berkembang di wilayahnya. Penelitian ini berfokus pada strategi yang diterapkan Tim AMB Diskominfo dalam mendeteksi isu negatif dari pemberitaan media. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan dalam penelitian ini, dengan data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah Tim AMB Diskominfo DKJ, sementara objeknya adalah strategi yang mereka gunakan dalam mengidentifikasi isu negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengidentifikasi isu negatif Tim AMB melakukan manajemen isu dengan menerapkan strategi media monitoring dan analisis sentimen. Dengan memantau berita dari berbagai platform, seperti media cetak, televisi, radio, dan online, mereka mampu mengumpulkan data tentang isu yang muncul. Strategi ini didukung oleh analisis sentimen yang membantu mengklasifikasikan pemberitaan sebagai positif, negatif, atau netral. Analisis ini memungkinkan identifikasi isu secara cepat serta pengambilan keputusan yang efisien untuk mencegah krisis. Langkah-langkah tersebut membantu Tim AMB dalam mendeteksi isu negatif di pemberitaan secara *real-time*. Selain itu, komunikasi organisasi yang terstruktur,

meliputi komunikasi horizontal, vertikal, dan diagonal, turut mempercepat penyampaian informasi dan memastikan respons yang tepat terhadap isu yang sedang berkembang.

Kata Kunci: analisis sentimen, isu negatif, *media monitoring*, strategi, Tim AMB

1. Pendahuluan

Daerah Khusus Jakarta (DKJ), sebagai pusat ekonomi Indonesia adalah kota besar dengan banyak tantangan. Jakarta sering menghadapi masalah seperti macet, banjir, polusi, dan kesenjangan sosial. Masalah-masalah ini sering dibahas di media, baik secara positif maupun negatif. Karena selalu menjadi perhatian publik, setiap masalah di Jakarta tidak hanya memengaruhi kehidupan masyarakat, tetapi juga citra pemerintah. Oleh karena itu, mengelola informasi dan opini masyarakat menjadi hal penting untuk menjaga kepercayaan dan stabilitas di kota ini.

Dinas Komunikasi, Informasi, dan Statistika (Diskominfotik) DKJ merupakan instansi pemerintah daerah yang mengelola komunikasi, informasi, dan data statistik di wilayah DKJ. Tugas utamanya meliputi pengelolaan informasi publik, pemantauan opini serta aspirasi warga, pengembangan teknologi informasi, dan penyediaan data statistik yang akurat untuk mendukung kebijakan serta layanan publik. Humas Diskominfotik DKJ memiliki berbagai tugas dalam menjaga citra dari Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKJ, salah satunya adalah Pengelolaan Opini dan Aspirasi Publik (POAP). POAP bertanggung jawab dalam pemantauan opini, isu, maupun pemberitaan yang beredar di masyarakat terkait Pemprov DKJ (Publik, n.d.).

Berita adalah sumber informasi yang diperoleh melalui berbagai media. Menurut Winarni & Lestari (2019), berita merupakan produk utama jurnalistik yang bertujuan memenuhi kebutuhan manusia akan informasi terkait suatu peristiwa. Publik biasanya menerima berita melalui beragam media, seperti media cetak, media massa, maupun media daring. Media massa merupakan alat untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih mudah dalam memperoleh informasi. Media yang di gunakan berupa media televisi, radio dan surat kabar yang memanfaatkan kecanggihan teknologi (Ibrahim & Samsiah, 2022). Perkembangan media massa yang cepat mengakibatkan berita dapat menyebar dengan cepat dan luas. Hal tersebut memberikan kesempatan pada publik untuk mengungkapkan pandangan mereka tentang suatu instansi atau perusahaan yang dapat menimbulkan isu bagi entitas tersebut maka isu-isu ini perlu dikelola dengan baik, karena sangat penting untuk memperbaiki persepsi yang keliru dari masyarakat terhadap instansi atau perusahaan (Iqbal et al., 2023).

Media massa menjadi sarana penting dalam menyebarkan informasi, dan berita dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu instansi (Ibrahim & Samsiah, 2022). Dalam menghadapi tantangan ini, Humas Diskominfotik DKJ mengimplementasikan Program Analisis Monitoring Berita (AMB) untuk memantau isu yang berkembang di media. Tujuan dari media monitoring adalah untuk mendeteksi isu negatif lebih awal agar dapat segera ditangani. Humas juga melakukan analisis sentimen untuk menentukan apakah pemberitaan bersentimen positif, negatif, atau netral (Gunawan & Anisa, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Gunawan & Anisa (2020), Humas memiliki fungsi untuk menganalisis pemberitaan media baik yang positif, netral, maupun negatif, di mana hal tersebut akan berdampak pada reputasi institusi. Sebuah berita tidaklah selalu sepenuhnya positif ataupun sepenuhnya negatif sehingga pengkategorian ini pun memerlukan analisis yang lebih lanjut lagi. Berdasarkan hal

tersebut, penting bagi suatu organisasi memiliki strategi khusus dalam mengidentifikasi isu negatif yang beredar melalui pemberitaan di media. Penerapan strategi media monitoring oleh Tim AMB Diskominfo DKJ bertujuan untuk mengidentifikasi isu yang beredar mengenai Pemprov DKJ.

Salah satu isu negatif yang dihadapi adalah program Kartu Jakarta Mahasiswa Unggul (KJMU), yang mendapat kritik terkait distribusi beasiswa yang tidak merata. Isu ini mempengaruhi persepsi publik terhadap Pemprov DKJ (Rizkianur & Magriasti, 2024). Program AMB yang dijalankan oleh Humas Diskominfo DKJ membantu mengidentifikasi isu ini sejak awal, memungkinkan respons yang lebih cepat sebelum mencapai krisis. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi organisasi untuk mengkaji bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Tim AMB dalam merumuskan suatu strategi. Komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai penyampaian dan penafsiran pesan di antara berbagai unit komunikasi dalam suatu organisasi.

Proses ini melibatkan penciptaan makna melalui interaksi yang membentuk, mempertahankan, dan mengubah organisasi tersebut (Evi Zahara, 2018). Komunikasi organisasi yang terstruktur di Diskominfo DKJ penting untuk membantu koordinasi antar anggota maupun kepada pimpinan mereka, sehingga pengelolaan isu menjadi lebih efisien. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi Humas dalam monitoring berita dengan menggunakan teori komunikasi organisasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai proses strategi Tim AMB Diskominfo DKJ dalam mengidentifikasi isu negatif, serta menjabarkan tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan strategi yang dilakukan Tim AMB Diskominfo DKJ dalam mengidentifikasi suatu isu negatif.

2. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek melalui deskripsi kata-kata dan bahasa. Menurut Sugiyono dalam Gandi & Yoedjadi (2022), temuan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menekankan pentingnya apa yang terjadi dalam studi kasus lapangan, daripada men-generalisasi hasil. Cara ini digunakan untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam dan bermakna. Menurut Creswell, studi kasus adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki secara mendalam suatu hal dengan mengumpulkan informasi secara menyeluruh melalui berbagai prosedur pengumpulan data (John W. Creswell, 2017).

Subjek penelitian ini berfokus pada Tim Analisis Monitoring Berita (AMB) di bawah Pemerintah Provinsi DKJ, yang bertujuan untuk mengelola dan merespons berita negatif serta dampaknya terhadap opini publik. Obyek penelitian penelitian ini adalah strategi Tim AMB dalam mengatasi isu negatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi non-partisipatif, dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan empat tahapan dalam pengolahan dan analisis data, menurut Lexy J. Moleong dari buku *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, penelitian kualitatif menggunakan empat teknik pengolahan dan analisis data: pengumpulan, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Kualitas penelitian dinilai dengan triangulasi sumber (Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, 2018).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Strategi yang dilakukan oleh Tim AMB untuk mengidentifikasi isu negatif melalui pemberitaan di media, Syali Gestanon menjelaskan bahwa Tim AMB melakukan pemantauan berita intensif setiap hari melalui berbagai media massa, termasuk cetak, *online*, digital, televisi, dan radio. Tujuannya adalah untuk memantau isu yang berkembang, terutama yang dapat mempengaruhi citra mereka. Pemantauan ini penting agar tim dapat mengidentifikasi isu yang beredar, tidak tertinggal dalam perkembangan berita, dan merespons dengan cepat untuk mengelola dampak pemberitaan.

"Jadi setiap hari itu tim kita melakukan pemantauan berita lewat media massa, seperti cetak, online, digital ya tv dan radio. Nah kita pantau terus tuh isu-isu yang beredar di masyarakat tuh apa, menyerang kita atau engga. Sebagai catatan itu tuh penting ya, karena dari monitoring itu, kita bisa nemuin tuh isu-isu di masyarakat, dan istilahnya kita gaakan ketinggalan beritalah gitu." (Syali Gestanon)

Selanjutnya, Erik Darma Putra menjelaskan bahwa langkah pertama Tim AMB adalah memonitor berita dan mengumpulkan data dari berbagai media, seperti televisi, cetak, dan *online*. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menginputkan parameter seperti sentimen berita dan relevansi dengan isu tertentu. Tim menggunakan metode pengelompokkan berita berdasarkan keyword terkait isu yang dimonitor. Erik menambahkan bahwa dua parameter utama dalam analisis ini adalah tonality (nuansa berita) dan keyword (fokus isu dalam pemberitaan).

"Pertama kita melakukan monitoring berita dan dikumpulkan datanya dari media tv, cetak, dan online. Nah data itu kita input parameternya seperti sentimennya apa, berita itu terkait apa, nah dalam hal ini kita masukinnya ke keyword gitu kan, nanti saya share contoh nya. Hmm disini ada dua parameter, tonality dan keyword." (Erik Darma Putra)

Melalui tahap ini, tim dapat mengidentifikasi isu dominan dengan sentimen negatif. Jika ditemukan isu besar dan negatif, tim menyusun CBR (Crisis Brief Report) yang berisi analisis, kutipan narasumber, dan rekomendasi untuk menanggapi isu tersebut demi melindungi citra Pemprov DKJ.

"Dengan tahap itu kita jadi tahu isu mana yang negatif dan dominan. Nah bila kita temukan ada hal yang negatif dan lumayan dominan, nanti kita akan buat yang namanya produk CBR tadi yang berupa analisa yang isinya pointer-pointer dari isu itu. Misalkan ada narasumber-narasumber yang mengutip gitu kan ya atau ada pernyataan dari media yang memberikan opini atas isu itu, semua akan kita kutip. Lalu dibawahnya kita akan memberikan rekomendasi bahwa isu ini perlu direspon, karena secara sentimen dan frekuensi pemberitaan itu tinggi gitu dan itukan berdampak ke citra pemprov ya jadi perlu segera direspon." (Erik Darma Putra)

Gambar 1. Proses Analisis Sentimen Berita

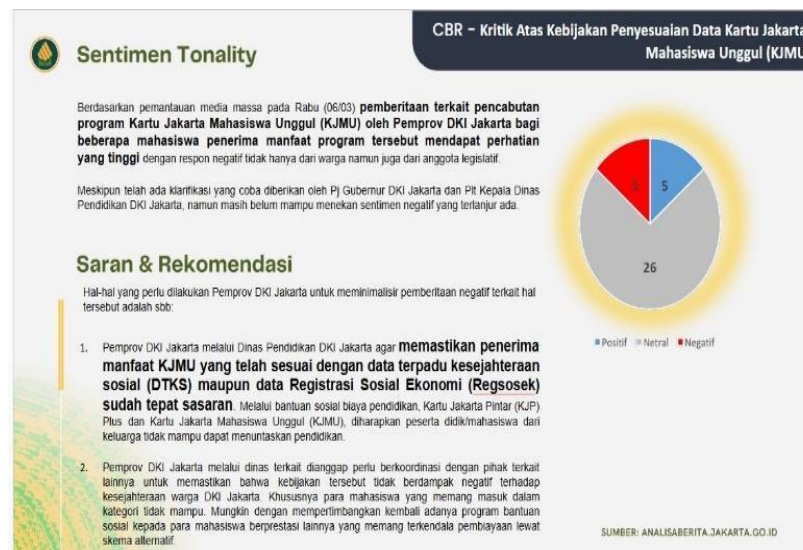
The screenshot shows a web-based news analysis tool. On the left, there is a form with the following fields: Judul (Title), Media, OPD (Organization), Link Berita (News Link), Wilayah (Region), Tanggal (Date), Tonality, Keyword Analisis (Analysis Keyword), Tag, and Publish. The article title is 'Polemik KJP Plus dan KJMU Dicabut, Pengamat Sebut Pemprov DKI Gegabah'. The OPD is 'DINAS PENDIDIKAN'. The link is 'https://www.lnews.id/nev'. The region is 'Provinsi DKI Jakarta' and the date is '2024-03-06'. The tonality is set to 'Negatif'. The analysis keyword is 'Kartu Jakarta Mahasiswa I'. The tag is 'Tag Keyword'. The publish button is selected. Below the form are buttons for 'Next', 'Delete', and 'Submit'. On the right, there is a text area containing the news article content, including a quote from a public policy observer and a statement from the Governor of DKI Jakarta.

Sumber: Dokumentasi Tim AMB (2024)

Tahap selanjutnya adalah setelah tim mengirimkan CBR (Crisis Brief Report) ke unit Humas lainnya, mereka akan membuat *release* serta berkoordinasi dengan OPD terkait untuk menentukan langkah respon yang tepat. Tugas Tim AMB selesai di tahap ini, karena selanjutnya SDKP dan OPD yang akan merancang strategi untuk menanggulangi sentimen negatif. Misalnya, setelah menerima CBR, tim LHM akan menyusun siaran pers, yang kemudian *release* tersebut akan dipantau kembali oleh AMB apakah banyak dikutip oleh media. Proses ini dilakukan untuk kmemantau kembali perkembangan pemberitaan untuk melihat apakah situasi sudah membaik.

”Jadi setelah kita menemukan isu atau opini negatif nih dari masyarakat yang berpotensi jadi krisis nanti CBR hasil identifikasi kita itu akan kirimkan ke SDKP, nanti SDKP yang akan berkoordinasi dengan OPD terkait respon itu bagaimana, mereka menetralkan si sentimen negatif di media. Media kan online terus. nah tugas kita selesai sampai situ, sisanya mereka susun lagi cara menekan isu nya bagaimana. Contoh setelah dapet CBR dari kita, LHM buat release nah kita lihat release tersebut dikutip banyak gak sama media, terus kita pantau lagi di tahap akhir pemberitaannya sudah membaik belum. Kalau SDKP juga sama kan mereka sudah berkoordinasi dengan OPD terkait, nah nanti si OPD lain ngeresponnya bagaimana ya kita gak tau, kita cuma mantau saja dari media.” (Erik Darma Putra)

Gambar 2. Contoh Produk CBR



Sumber: Dokumentasi Tim AMB (2024)

Erik Darma Putra menjelaskan bahwa proses pertama dalam mengelola isu adalah dengan melakukan identifikasi melalui analisis sentimen, yang digunakan untuk mengukur tonality atau nada pemberitaan. Setelah itu, hasil analisis tersebut dilaporkan, namun tidak lagi menjadi bagian dari Tim AMB. Selanjutnya, pihak terkait akan membuat siaran pers (*release*) berdasarkan laporan tersebut. Setelah siaran pers dikeluarkan, tim akan memantau sejauh mana siaran pers tersebut dikutip oleh media. Semakin banyak media yang mengutip siaran pers, semakin efektif cara tersebut dalam menekan penyebaran isu negatif. Ini adalah bagian dari strategi untuk mengelola dan mengurangi dampak isu yang berkembang di media.

"Pertama identifikasi dengan tonality melalui analisis sentimen, setelah itu kita laporkan proses diluarnya nah ga masuk di AMB, sudah lepas dari AMB. Setelah kita laporkan, mereka buat release, nah kita cek kembali seberapa banyak release itu dikutip oleh media,seberapa banyak media mengutip. Itu kan bentuk dari cara menekan isu." (Erik Darma Putra)

Dalam mengidentifikasi isu yang beredar di masyarakat, tentunya Tim AMB menyampaikan rekomendasi kepada Pak Syali selaku pimpinan agar isu tersebut diberikan perhatian khusus. Jika disetujui, isu tersebut diolah menjadi produk CBR (Crisis Brief Report) dan diteruskan ke unit PR lain seperti SDKP dan LHM untuk ditindaklanjuti. Setelah mendapat laporan dan rekomendasi dari Tim AMB yang berbentuk CBR, SDKP dan LHM baru bisa membuat strategi komunikasinya dalam rangka menekan isu atau krisis tersebut. SDKP kemudian berkoordinasi langsung dengan OPD terkait guna mengambil langkah-langkah yang diperlukan. Hal serupa berlaku untuk laporan LHM (Layanan Hubungan Media), yang kami kirimkan ke SDKP sebagai bahan untuk menyusun rilis resmi berdasarkan data yang tersedia.

"Setelah kita ketahui itu, kita akan rekomendasikan ke Pak Syali sebagai pimpinan bahwa isu ini dianggap perlu mendapatkan perhatian dari unit terkait karena mendapatkan respon yang negatif. Nah bila di approve kita akan

olah isu itu menjadi produk yang namanya CBR lalu kita kirimkan ke LHM. Nah nanti dari LHM mereka yang buatin releasenya.” (Erik Darma Putra)

”Tim AMB setelah menemukan isu, nanti dikasih laporan ke saya ya nah nanti saya yang memutuskan isu tersebut udah jadi krisis atau belum. Kalau sudah, saya akan kasih perintah ke mereka buat bikin CBR atau Crisis Brief Report. Nah CBR itu nantinya akan dikasih ke unit lain buat dibikin strategi komunikasinya, penanggulangannya kaya gimana. Itu kan saling berkaitan ya berarti tugas kita.” (Syali Gestanon)

Syali Gestanon menjelaskan bahwa untuk isu yang lebih luas, tim mereka merekomendasikan melalui surat agar dibahas dalam rapat pimpinan. Meskipun rekomendasi diberikan, keputusan untuk membahas isu tersebut sepenuhnya tergantung pada pimpinan. Hal tersebut menggambarkan aliran komunikasi *bottom-up*, di mana pimpinan memutuskan langkah selanjutnya.

”Untuk isu-isu yang skopnya lebih luas sampai keprovinsian dan perlu dibahas karena membutuhkan keputusan dengan pimpinan. Nah pimpinan tuh ada agenda rapim yang mengumpulkan kepala dinas-kepala dinas disitu. Nah kita yang merekomendasikan isu-isu ini melalui surat langsung ke pimpinan. Nah itu proses komunikasi dari bottom ke up, atau atas ke bawah.” (Syali Gestanon)

Syali Gestanon menjelaskan bahwa setelah tim mereka mengirimkan CBR (Crisis Brief Report) ke unit Humas lain seperti LHM, laporan tersebut akan diterima oleh kepala unit yang kemudian memberikan instruksi kepada timnya untuk membuat *release*. Namun, Syali menegaskan bahwa proses selanjutnya, termasuk pembuatan *release*, bukanlah wewenang mereka.

”Dari kita itu jadi kita kirimkan CBR tadi ke unit humas lain seperti LHM terus itu akan ditangkap oleh kepalanya, nanti pimpinan mereka yang akan memberikan instruksi ke tim nya untuk membuatkan release. Nah nanti proses disananya bagaimana itu bukan wewenang kita” (Syali Gestanon)

Hasil dari keberadaan Analisis Monitoring Berita (AMB) mendukung tugas Humas, khususnya Layanan Humas Media (LHM), yang mencakup pembuatan rilis berita, produksi video PSA, dan dokumentasi pimpinan. AMB memberikan peringatan dini terhadap potensi krisis komunikasi, mengurangi risiko kebocoran informasi, dan membantu LHM mengelola komunikasi secara proaktif melalui subkelompok POAP.

”Ya pasti ya, AMB dan outputnya, SDKP, sangat mendukung tugas kami di LHM, yang mencakup pembuatan rilis, video PSA, dan dokumentasi pimpinan. Tanpa AMB, kami berisiko kebobolan informasi dan kehilangan peringatan dini soal krisis komunikasi. AMB, lewat subkelompok POAP, terbukti sangat efektif.” (Muhamad Shendy Adam)

Pembahasan

Menurut Effendy dalam Giantika (2016), Strategi adalah proses perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan melalui berbagai aktivitas, seperti pemilihan kegiatan, penyusunan pesan, dan penggunaan media yang tepat. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, Tim AMB menerapkan strategi media monitoring dan analisis sentimen untuk mengelola isu negatif yang beredar di media.

Manajemen isu adalah proses proaktif dalam menangani isu-isu, tren, atau peristiwa yang dapat berdampak baik positif maupun negatif terhadap perusahaan, serta mengubah isu tersebut menjadi peluang untuk memperbaiki reputasi perusahaan. Pengelolaan isu dilakukan dengan cara memantau, mengidentifikasi, menganalisis, merumuskan kebijakan strategis untuk mengantisipasi isu (Prayudi, SIP, MA, 2016). Strategi yang dilakukan oleh Tim AMB dalam melakukan manajemen isu dari pemberitaan di media adalah menggunakan dua metode, yaitu media monitoring dan analisis sentimen. Media monitoring atau pemantauan media merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh insan PR dan merupakan salah satu fungsi hubungan media yang berfungsi sebagai proses pemantauan dan analisis pemberitaan media sebagai bagian dari pengendalian citra pemerintah. Bagi perusahaan khususnya di bidang komunikasi pemerintahan, pemantauan media juga dapat memberikan rekomendasi untuk langkah dan keputusan selanjutnya (Gunawan & Anisa, 2020). Tujuan dilakukannya kegiatan media monitoring diharapkan mampu mendeteksi dan memantau lebih dini terhadap isu atau berita yang tersebar di media (Dewi & Wahyuni, 2022). Tim AMB sebagai PR Pemprov DKI Jakarta tentunya melakukan identifikasi isu sebagai langkah awal dari strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh PR lainnya untuk menjaga citra Pemprov DKI Jakarta dari ancaman krisis komunikasi.

Media monitoring adalah langkah pertama Tim AMB untuk mencari isu di media seperti cetak, televisi, radio, dan *online* terkait Pemprov DKJ. Tim mengumpulkan dan menganalisis konten berita untuk mengetahui sentimen, apakah positif, netral, atau negatif. Proses ini disebut analisis sentimen, karena penting untuk memahami dampak pemberitaan terhadap citra pemerintah dan merespons berita negatif dengan tepat. Analisis sentimen merupakan teknik untuk memahami emosi atau opini dengan mengelompokkan emosi (positif, negatif, dan netral) yang ada dalam teks menggunakan metode analisis teks (Lestari & Saepudin, 2021). Analisis sentimen membantu analisis data dalam organisasi untuk mengukur opini publik dan memantau reputasi (Hutagalung et al., 2023).

Strategi Tim AMB berjalan lancar berkat aliran komunikasi organisasi yang baik, sehingga kinerja mereka lebih efektif. Menurut Utami dan Xiang dalam Sipayung & Paramita (2023), aliran komunikasi organisasi meliputi komunikasi horizontal, ke atas, ke bawah, dan vertikal. Berdasarkan observasi, Tim AMB menggunakan komunikasi horizontal untuk berbagi informasi antar anggota, komunikasi ke atas untuk melaporkan isu kepada pimpinan, dan komunikasi ke bawah untuk menerima arahan. Koordinasi yang baik ini memastikan respons cepat terhadap isu, mengurangi risiko krisis komunikasi.

Upaya yang dilakukan oleh Tim AMB dalam mengidentifikasi isu negatif melalui berita di media adalah bagian dari tugas seorang praktisi Humas. Ruslan dalam Anggraini & Setyanto (2019) mengemukakan peran utama seorang Humas adalah membangun hubungan positif dengan publik. Tim AMB menyaring dan mengelola informasi media, memastikan isu disampaikan dengan jelas. Dengan pemantauan dan analisis sentimen, Tim AMB cepat mengidentifikasi dan merespons isu negatif,

mengurangi kebingungan masyarakat. Komunikasi efektif memperkuat hubungan pemerintah dan publik, meningkatkan transparansi, serta menjaga kepercayaan terhadap kebijakan pemerintah.

4. Simpulan

Maraknya pemberitaan negatif yang sering menyerang Pemprov DKJ, Humas Pemprov DKJ berinisiatif membentuk Tim AMB untuk mengidentifikasi isu sebelum merusak citra. Tim AMB menggunakan strategi media monitoring dan analisis sentimen untuk mendeteksi isu negatif dari berbagai media. Pemantauan dilakukan setiap hari dengan mengumpulkan berita yang mengandung opini negatif, mencakup media cetak, televisi, radio, dan *online*. Analisis sentimen membantu mengidentifikasi apakah berita mengandung opini positif, negatif, atau netral. Dengan strategi tersebut, identifikasi isu negatif menjadi lebih cepat, memungkinkan tim memahami perkembangan berita, dan menghemat waktu dalam menentukan apakah isu sudah memasuki tahap krisis. Tim AMB menerapkan komunikasi organisasi yang jelas dan terstruktur dalam strategi identifikasi isu negatif. Aliran komunikasi horizontal, vertikal, dan ke bawah mempercepat identifikasi isu potensial krisis. Komunikasi organisasi yang efektif penting untuk memperlancar alur informasi antar anggota tim dan pihak terkait.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *Prologia*, 3(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6373>
- Dewi, M. S., & Wahyuni, I. I. (2022). Strategi Media Monitoring Pada Pemberitaan Covid-19 di Media Daring (Langkah Preventif Biro Humas Pemprov Jabar Dalam Mendeteksi Berita Hoax Mengenai Covid-19). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, V(1).
- Evi Zahara. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Pimpinan Organisasi. *Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi*, 1829–7463(April).
- Gandi, S., & Yoedtadi, M. G. (2022). Resepsi Milenial Pengguna TikTok terhadap Citra Diri Artis (Studi Kasus pada Perseteruan antara Denise Chariesta dan Uya Kuya di Media Sosial TikTok). *Kiwari*, 1(1), 185. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15730>
- Giantika, G. A. N. G. A. N. (2016). Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Kartu Jakarta Pintar. *Jurnal Komunikasi*, VII, 44–54.
- Gunawan, A. I., & Anisa, R. (2020). Kegiatan Media Monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 122–131. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i2.1758>
- Hutagalung, S. S., Kartika, T., & Suciska, W. (2023). Media Monitoring Analysis of Government Image in Infrastructure Development in Indonesia. *Jurnal*

- Komunikasi*, 15(1). <https://doi.org/10.24912/jk.v15i1.20605>
- Ibrahim, I., & Samsiah. (2022). Fungsi Media Massa Bagi Masyarakat Di Desa Moibaken (Studi Fungsi Dan Media Massa Di Masyarakat Desa Moibaken). *Kopi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1).
- John W. Creswell, J. D. C. (2017). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Lestari, S., & Saepudin, S. (2021). Analisis Sentimen Vaksin Sinovac Pada Twitter Menggunakan Algoritma Naive Bayes. *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Manajemen Informatika*.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (2018). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. SAGE Publication. https://www.google.co.id/books/edition/Qualitative_Data_Analysis/fjh2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Prayudi, SIP, MA, P. . (2016). *Manajemen Isu dan Krisis*. LPPM UPN Veteran Yogyakarta.
- Publik, K. (n.d.). *Humas Provinsi DKI Jakarta Komunikasi Publik dan Informasi Publik*.
- Rizkianur, A., & Magriasti, L. (2024). Analisis Hambatan dan Tantangan Implementasi Kartu Jakarta Mahasiswa Unggul di Lingkungan Universitas Negeri Padang. *PUBLICNESS: Journal of Public Administration Studies*, 3(2), 160–168. <https://doi.org/10.24036/publicness.v3i2.193>
- Sipayung, C. P., & Paramita, S. (2023). Komunikasi Organisasi dalam Proses Rekrutmen Karyawan pada Perusahaan Startup Qoala. *Kiwari*, 2(1). <https://doi.org/10.24912/ki.v2i1.23068>