



Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan Jefry, S.Sos Selaku Kepala Sub. Bagian Layanan Informasi

1. Bagaimana Humas menetapkan standar pelaksanaan monitoring isu publik di media massa?

Monitoring kita ada dua, satu dilakukan secara manual itu bentuknya analisis isu berupa table, kemudian kita memilih satu atau dua isu yang menjadi trending di media massa untuk dilakukan analisis dan disitu dilakukan manual berdasarkan jadwal setiap pagi mulai pengkategorian isu kemudian tone isu mengarah ke mana (netral, positif, berpotensi negatif, dan negatif) jadi golongan empat, disitu ada analisis yaitu yang pertama analisa dampak isu dan rekomendasi untuk data yang dibutuhkan untuk melakukan klarifikasi atau menetralsisir isu tersebut dan output berupa press release atau postingan di media sosial atau info grafis atau video dan sebagainya. Itu yang secara manual, kemudian kita juga dibantu *engine* (secara *engine*) karena untuk lebih luas kita tidak mungkin karena takut terlewat maka dari itu kita pakai *engine*. Untuk melakukan itu kita dibantu oleh *engine* yaitu Indonesia Indikator atau media monitoring itu, kita yang dipantau tidak hanya media massa tetapi juga media sosial. Untuk komen-komennya lalu untuk bagaimana isu itu bermula, siapa yang mengawali isu tersebut kita dibantu oleh *engine*. Jadi ada dua itu untuk monitoring isu ya.

2. Bagaimana humas mengukur pelaksanaan monitoring isu publik di media massa?

Ini (pertanyaan nomer) satu dan dua kayaknya hampir sama ya. (pertanyaan nomer) satu dan dua terjawab oleh itu, mengukurnya kita ada dua tadi manual dan engine. Yang engine itu otomatis jadi tagar isu ini di media sosial tonenya apa, tonenya masyarakat itu cemas/khawatir itu ada di engine Indonesia Indikator tadi.

3. Bagaimana humas menentukan kesenjangan antara pelaksanaan dengan standar dan rencana dalam monitoring isu publik di media massa?

Kita ada standar tadi yang pertama manual itu hasil analisis terhadap isu-isu tadi kita laporkan ke pimpinan dalam hal ini Kabag Humas lalu ada hardcopy yang kita print kita kirim ke asisten dan sekda itu SOP tentang standar dan rancangannya seperti itu. Namun, ada beberapa case yang mungkin antara SOP itu tidak semua direspon misalkan oleh pimpinan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Jadi mungkin disitulah ada sedikit ada kesenjangan antara pelaksanaan kami dengan standar tadi. Tapi sebagian juga ada yang dilakukan. Akhir-akhir ini sejak tahun 2020 kita pakai skema baru yang berupa tabel, kita lebih akurat lebih banyak yang diterapkan dibandingkan dengan yang tidak diterapkan karena komponennya lebih detail, karena sebelumnya hanya tulisan jadi analisisnya apa masukannya apa jadi dengan tabel baru itu kita lebih akurat.

4. Bagaimana humas menentukan apakah tindakan

- a. *Administrator*

- b. *Staff*

semua yang terlibat mengikuti standar dan prosedur yang telah ditentukan?

Kita memastikan bahwa semua yang tadi ada tim yang shift-shift menganalisa sesuai dengan standar dan prosedur jadi diawal-awal tahun kita ada training dengan tenaga pakar yang menyusun konsep tabel itu disitulah rekan-rekan semua harus ada transfer ilmu, harus ada kesepahaman dengan apa yang dimaksud dengan ini supaya tidak ada salah dalam menganalisa, disitu kita selalu koreksi dan kita sampai satu minggu ini masih pendampingan dengan pakar itu. Hasil analisa kita selalu kita kirimkan untuk dicek, jadi kami berharap pendampingan ini memastikan bahwa semua yang terlibat mengikuti standar dan prosedur itu untuk *quality control*-nya.

5. Bagaimana humas menetapkan apakah sumber dan layanan yang diperuntukkan bagi pihak tertentu (target) telah tercapai?

Kami selalu dalam analisa selalu ada evaluasi, jadi isu-isu yang muncul pertama kita analisa dan selalu pasca analisa itu ada evaluasi misalkan kenapa kok ini seperti yang saya sebutkan tadi kan mayoritas terlaksana diterapkan untuk menetralsir isu, setelah dilaksanakan itu bagaimana impectnya? Bagaimana perubahan yang dirasakan oleh dinas atau pihak tertentu yang sedang dianalisa itu, apakah mengarah ke positif atau bagaimana. Itu selalu kami melakukan evaluasi pasca dilakukannya analisa itu.

6. Bagaimana humas menghasilkan informasi yang membantu menjelaskan bagaimana akibat kebijaksanaan dan mengapa antara perencanaan dan pelaksanaanya tidak cocok?

Kami melakukan pendampingan melekat terhadap dinas-dinas atau OPD terkait yang sedang dilakukan analisa tadi, memastikan bahwa apa yang sudah

direncanakan dan pelaksanaan implementasinya di media massa maupun media-media lainnya itu sesuai atau cocok. Oleh karenanya kita selalu berupaya menghasilkan informasi yang praktis yang tepat yang tidak melebar dan efektif untuk menetralsisir isu tersebut.

7. Jenis-jenis/kategori apa saja yang dimonitoring?

Isu yang kami monitoring itu adalah isu-isu yang berdampak terhadap masyarakat dan Pemerintah Kota, jadi impectnya itu besar dan luas. Yang kedua terkait masukan atau kritikan terhadap Pemerintah Kota itu juga kami lakukan ini (monitor). Seperti kemarin, kenapa sempat terjadi genangan di Surabaya, itu kita lakukan analisis dan apa yang harus dilakukan supaya masyarakat bisa memahami tidak hanya soal genangan saja tetapi di sisi lain itu harus dijelaskan ke masyarakat secara *fair*, bukan hanya genangannya tetapi apa penyebab genangannya itu, lalu apa langkah Pemkot setelah terjadinya genangan itu. Lebih berkaitan Pemerintah Kota dan pelayanan publik.

8. Media apa yang digunakan untuk melakukan monitoring?

Biasanya kita mengambil yang paling berpengaruh. Untuk media cetak Jawa Pos, Radar Surabaya, Harian Surya, Kompas, Republika, dan Memorandum. Media online biasanya Antara dan detik.com. Media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter.

Lampiran 2. Hasil Wawancara dengan Zainuddin Fanani, S.H, M.Med.Kom Selaku Kepala Sub. Bagian Dokumentasi dan Pelaporan.

1. Mengapa hasil Laporan Akhir Analisis Pemberitaan Media Massa pada tahun 2019 tidak selengkap 2018?

Karena pada tahun 2018 saya (Pak Fanani) sendiri yang mengerjakan, sedangkan pada tahun 2019 yang mengerjakan rekan-rekan Humas Pemerintah Kota Surabaya.

2. Mengapa Humas Pemerintah Kota Surabaya menambahkan media seperti portal berita pada tahun 2019?

Karena adanya perkembangan jaman, di mana orang-orang lebih sempat membuka atau melihat berita melalui *gadget*.



**LAPORAN AKHIR**  
**ANALISIS PEMBERITAAN MEDIA MASSA**



**BAGIAN HUBUNGAN MASYARAKAT**  
**SEKRETARIAT DAERAH KOTA SURABAYA**

**TAHUN 2018**

## KATA PENGANTAR

Manajemen Kehumasan terdiri atas sejumlah aktivitas dimulai perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Tahap yang terakhir penting untuk mengukur keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Selain itu, evaluasi juga mengasilkan rekomendasi untuk memperbaiki program kehumasan selanjutnya.

Bagian Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Kota Surabaya menyadari dan menjalankan fungsi monitoring dan evaluasi dalam aktivitasnya. Salah satunya dilaksanakan dengan melakukan monitoring dan evaluasi pemberitaan media massa terkait Pemerintah Kota Surabaya.

Pelaksanaan monitoring dan evaluasi pemberitaan terkait Pemerintah Kota Surabaya di media massa ini menjadi salah satu bentuk pelaksanaan fungsi diseminasi informasi oleh Bagian Hubungan Masyarakat kepada masyarakat. Diharapkan melalui kegiatan ini, diketahui data empiris yang dapat dipertanggungjawabkan terkait pemberitaan seputar kinerja Pemerintah Kota Surabaya di media massa sepanjang tahun 2018. Hasil monitoring dan evaluasi tersebut dituangkan dalam bentuk laporan analisis media pemberitaan media massa yang diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi kinerja Bagian Hubungan Masyarakat, maupun kinerja Pemerintah Kota Surabaya secara umum.

Surabaya, 15 Desember 2018

Kepala Bagian Hubungan  
Masyarakat,

Muhamad Fikser, AP.MM  
Pembina Tk.I  
NIP 197405091994121001



## DAFTAR ISI

|  |                              |
|--|------------------------------|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....              | <b>2</b>                     |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                  | <b>3</b>                     |
| <b>EXCECUTIVE SUMMARY</b> .....          | <b>4</b>                     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....           |                              |
| .....                                    | Error! Bookmark not defined. |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....       | <b>8</b>                     |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....   | <b>12</b>                    |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> ..... | <b>19</b>                    |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....               |                              |
| .....                                    | Error! Bookmark not defined. |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....              |                              |
| .....                                    | Error! Bookmark not defined. |

## EXCECUTIVE SUMMARY

Peran Humas dalam setiap institusi / lembaga salah satunya adalah diseminasi informasi kepada *stakeholdersnya*. Untuk mengetahui efektivitas diseminasi dan penyaluran informasi yang telah dilakukan, diperlukan suatu monitoring dan evaluasi pemberitaan pada media massa. Bagian Hubungan Masyarakat sebagai salah satu Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Kota Surabaya juga melakukan hal dimaksud.

Untuk mengetahui efektivitas diseminasi dan penyaluran informasi yang telah dilakukan Bagian Hubungan Masyarakat, dilakukan monitoring dan evaluasi pemberitaan terkait Pemerintah Kota Surabaya pada media massa, yang hasilnya akan dilakukan analisis untuk mengetahui seberapa tingkat pemberitaan positif ataupun negatif tentang Pemerintah Kota Surabaya. Analisis tersebut juga bertujuan sebagai sarana evaluasi kinerja yang telah dilakukan Pemerintah Kota Surabaya selama satu tahun.

Analisis pemberitaan yang dilakukan oleh Bagian Hubungan Masyarakat, menggunakan metode penelitian analisis isi terhadap pemberitaan di 6 (enam) media massa, yaitu : Jawa Pos, Kompas, Radar Surabaya, Surya, Republika dan Berita Metro. Metode penelitian analisis isi dipilih karena dianggap paling sesuai dengan tujuan penelitian, yakni mengetahui jumlah pemberitaan media berdasarkan kategorikategori tertentu selama satu tahun

Melalui metode analisis isi, akan ditarik kesimpulan berdasarkan data empirik yang telah didapatkan. Hasil yang diperoleh melalui analisis tersebut adalah pemberitaan positif mengenai Kota Surabaya (baik ditinjau dari sisi Pemerintah Kota Surabaya, maupun topik tertentu) mencapai 87,95%.. Hal tersebut menunjukkan tren pemberitaan yang dilakukan oleh enam media sebagai objek penelitian sepanjang tahun 2018 tersebut adalah positif. Lebih lanjut ini juga berkorelasi terhadap keberhasilan Bagian Hubungan Masyarakat di tingkat awal dalam proses pengelolaan komunikasi khususnya melalui media massa