

Strategi Komunikasi Humas BAKTI Komdigi dalam Menanggulangi Pemberitaan Negatif: Pendekatan Media Monitoring Digital

Azahra Yustia Yusuf¹, Yulia Rahmawati², Novi Andayani Praptiningsih³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

Email: ¹azahrayustia@gmail.com, ²yulia.rahmawati@ubamka.ac.id, ³novi.ap@ubamka.ac.id

Abstract

This study explores the media monitoring strategies employed by the Public Relations (PR) team of BAKTI Komdigi in managing negative media coverage. In the digital age, negative media can quickly affect an organization's image, making effective media monitoring crucial for reputation management. Using a qualitative case study approach, this research analyzes interviews with the PR team and relevant documents to understand their strategies in responding to negative media. The findings highlight the use of proactive media tracking, sentiment analysis, and crisis communication techniques. Social media engagement and direct interaction with the public are key elements in their approach to managing negative perceptions. This study underscores the importance of media monitoring for PR teams in safeguarding organizational reputation and responding to negative media narratives in an efficient and strategic manner.

Keywords: *Media Monitoring, Negative News, Issue Management, Crisis Communication*

Abstrak

Studi ini mengeksplorasi strategi pemantauan media yang digunakan oleh tim Hubungan Masyarakat (PR) BAKTI Komdigi dalam mengelola liputan media negatif. Di era digital, media negatif dapat dengan cepat memengaruhi citra organisasi, sehingga pemantauan media yang efektif menjadi penting untuk manajemen reputasi. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian ini menganalisis wawancara dengan tim PR dan dokumen terkait untuk memahami strategi mereka dalam menanggapi media negatif. Temuan penelitian menyoroti penggunaan pelacakan media proaktif, analisis sentimen, dan teknik komunikasi krisis. Keterlibatan media sosial dan interaksi langsung dengan publik merupakan elemen kunci dalam pendekatan mereka untuk mengelola persepsi negatif. Studi ini menggarisbawahi pentingnya pemantauan media bagi tim PR dalam menjaga reputasi organisasi dan menanggapi narasi media negatif secara efisien dan strategis.

Kata Kunci: *Pemantauan Media, Berita Negatif, Manajemen Isu, Komunikasi Krisis*

Pendahuluan

Kesenjangan digital di wilayah 3T (terdepan, terluar, tertinggal) di Indonesia merupakan isu strategis dalam pembangunan infrastruktur digital nasional. Van Deursen et al. (2021) menekankan bahwa kesenjangan digital tidak hanya berkaitan dengan akses dan keterampilan teknologi, tetapi juga dengan literasi algoritma yakni kesadaran individu

terhadap bagaimana distribusi informasi yang diatur oleh sistem digital.¹ Fenomena ini memperdalam ketimpangan partisipasi dalam masyarakat digital dan menjadi tantangan besar dalam mewujudkan keadilan informasi.

Indonesia sebagai negara kepulauan menghadapi tantangan geografis yang kompleks dalam pemerataan infrastruktur telekomunikasi.² Operator telekomunikasi, khususnya sektor swasta, cenderung menghindari wilayah dengan kondisi geografis ekstrem karena pertimbangan ekonomi dan teknis.³ Bahkan di wilayah yang telah memiliki infrastruktur dasar, kualitas layanan internet tidak selalu optimal.

Kondisi tersebut berdampak langsung pada masyarakat di wilayah 3T. Studi kasus di Kabupaten Katingan menunjukkan bahwa warga harus memanjat pohon atau mencari tempat tinggi untuk mendapatkan sinyal internet.⁴ Ketimpangan ini diperparah dengan peringkat kecepatan internet Indonesia yang berada di posisi ke-103 dari 137 negara, dan berada di peringkat kedua terbawah di Asia Tenggara, menurut data Humas Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.⁵

Pengembangan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi kunci dalam mengatasi kesenjangan ini. Berdasarkan *ICT Development Index* (IDI) tahun 2023 dari International Telecommunication Union (ITU), Indonesia hanya meraih skor 5,90 dari skala 10, dan menempati peringkat ke-108 dari 181 negara.⁶ Hal ini mengindikasikan perlunya intervensi strategis, khususnya oleh pemerintah, dalam pemerataan akses digital.

Sebagai bagian dari upaya tersebut, pemerintah membentuk BAKTI (Badan Aksesibilitas Komunikasi dan Informasi) yang bertugas membangun dan menyediakan layanan telekomunikasi di wilayah 3T.⁷ Meskipun demikian, kritik terhadap kinerja BAKTI, terutama terkait kualitas layanan di daerah terpencil tetap muncul dalam pemberitaan media. Judul-judul seperti *“Masih Ada 156 Titik di Pandeglang Tak Terjangkau Sinyal Seluler”*

¹ Anne-britt Gran, Peter Booth, and Taina Bucher, “To Be or Not to Be Algorithm Aware : A Question of a New Digital Divide?,” *Information, Communication & Society* 0, no. 0 (2020): 1–18, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1736124>.

² Indah Dwi Chyntia Riswandi, Suprpto, and Admaja Dwi Herlambang, “Evaluasi Kinerja Pembangunan Program Kerja Base Transceiver Station (BTS) Menggunakan Logical Framework Analysis Studi pada Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) KOMINFO,” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 3, no. 3 (2019): 2685–92, <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4799/2218>.

³ Riswandi, Suprpto, and Herlambang.

⁴ Adristi Naura Syifa et al., “Kesenjangan Digital dan Akses Internet di Kabupaten Katingan : Studi Kasus pada Masyarakat Pedesaan,” *Jurnal Kaganga* 8, no. 1 (2024): 65–72, <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/jkaganga.8.1.65-73>.

⁵ Juanda and Andi Izzulhaq, “Strategi Diskominfo dalam Pemerataan Jaringan Internet di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah,” *Jurnal Terapan Pemerintah Minangkabau* 3, no. 2 (2023): 176–96, <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jtpm.v3i2.3567>.

⁶ Eka Sari et al., *Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi 2023* (Badan Pusat Statistik, 2024), <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/30/b50f00b8615fc8716c8e02d4/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2023.html>.

⁷ Humas, “BAKTI Komdigi,” n.d., <https://www.baktikominfo.id/>.

atau “*Jaringan Internet Belum Stabil, Diskominfo Kapuas Hulu Surati BAKTI*” mencerminkan tantangan citra yang dihadapi lembaga ini.⁸⁻⁹

Dalam menghadapi situasi tersebut, Humas BAKTI Komdigi memiliki peran penting dalam merespons pemberitaan negatif melalui strategi komunikasi yang terukur. Salah satu pendekatan yang krusial adalah *media monitoring*, yang tidak hanya mencatat pemberitaan, tetapi juga menganalisis tone, persepsi publik, serta memprediksi potensi krisis. Penelitian Sukmayani & Jamroni (2021) menegaskan pentingnya *media monitoring* dalam membantu BUMN menyusun strategi komunikasi yang lebih responsif terhadap opini publik.¹⁰

Selain media konvensional, media sosial juga memainkan peran penting dalam komunikasi krisis. Studi oleh Shandraseharan dan Kulatunga (2021) di Sri Lanka menunjukkan bahwa media sosial mempercepat komunikasi dua arah dan penyebaran informasi saat krisis.¹¹ Namun, tantangan berupa penyebaran hoaks menjadi perhatian tersendiri, sehingga *media monitoring* harus dilakukan secara sistematis dan menyeluruh. Dalam konteks ini, penelitian Badri dan Fatayati (2023) menekankan pentingnya pola komunikasi yang positif di media sosial untuk membangun kepercayaan dan menghindari konflik.¹² Kendati demikian, belum banyak penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana lembaga seperti BAKTI Komdigi merespons tantangan pemberitaan negatif melalui *media monitoring*.

Oleh karena itu, hasil-hasil penelitian terdahulu memberikan kontribusi penting dalam membentuk perspektif dan pendekatan dalam penelitian ini. Seperti, penelitian Sukmayani & Jamroni (2021) yang membahas mengenai kegiatan *media monitoring* di dalam perusahaan BUMN.¹³ Penelitian Shandraseharan & Kulatunga (2021) yang membahas mengenai efektivitas media sosial sebagai alat dalam komunikasi kritis.¹⁴ Selaras dengan itu, terdapat juga penelitian Badri dan Fatayati (2023) yang menguatkan efektivitas media sosial dalam menangani krisis organisasi.¹⁵ Penelitian Kholida & Dulwahab (2024) yang membahas tentang kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi

⁸ Moch. Madani Prasetya, “Masih Ada 156 Titik di Pandeglang, Tak Terjangkau Sinyal Seluler,” *Radar Banten*, 2024, https://www.radarbanten.co.id/2024/10/27/masih-ada-156-titik-di-pandeglang-tak-terjangkau-sinyal-seluler/#google_vignette.

⁹ A'an, “Jaringan Internet Belum Stabil, Diskominfo Kapuas Hulu Surati BAKTI,” *Pontianak Post*, 2025, https://www.radarbanten.co.id/2024/10/27/masih-ada-156-titik-di-pandeglang-tak-terjangkau-sinyal-seluler/#google_vignette.

¹⁰ Oktaria Sukmayani and Jamroji, “Media Monitoring Model in Public Relations of BUMN (State-Owned Enterprises) Companies,” *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 4, no. 2 (2021): 197–212, <https://doi.org/10.31538/almada.v4i2.1284>.

¹¹ A Shandraseharan and Udayangani Kulatunga, “Social Media for Disaster Management : The Sri Lankan Context,” *International Journal of Construction Management* 0, no. 0 (2021): 1–14, <https://doi.org/10.1080/15623599.2021.1907015>.

¹² Yusron Badri and Sun Fataya, “Pola Komunikasi di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Hubungan Sosial antar Perguruan Pencak Silat di Madiun,” *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences* 4, no. 1 (2023): 85–102, <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/ijhass.v4i1.4083>.

¹³ Sukmayani and Jamroji, “Media Monitoring Model in Public Relations of BUMN (State-Owned Enterprises) Companies.”

¹⁴ Shandraseharan and Kulatunga, “Social Media for Disaster Management : The Sri Lankan Context.”

¹⁵ Badri and Fataya, “Pola Komunikasi Di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Hubungan Sosial antar Perguruan Pencak Silat di Madiun.”

Pimpinan di Provinsi Jawa Barat.¹⁶ Serta, penelitian Alvin (2025) yang membahas mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Biro Pers, Media, dan Informasi (BPMII) dalam mengelola liputan media selama pandemi di Istana Kepresidenan Indonesia.¹⁷

Penelitian ini mengisi gap yang ada dalam studi sebelumnya dengan fokus pada praktik *media monitoring* BAKTI Komdigi sebagai strategi komunikasi humas dalam menangani pemberitaan negatif, khususnya terkait infrastruktur telekomunikasi di wilayah 3T Indonesia. Meskipun studi terkait *media monitoring* telah banyak dibahas, kajian khusus mengenai penerapannya oleh lembaga pemerintah penyedia infrastruktur telekomunikasi, seperti BAKTI Komdigi, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis strategi *media monitoring* yang dilakukan oleh Humas BAKTI Komdigi dalam merespons pemberitaan negatif, sebagai bagian dari upaya menjaga citra lembaga dan mendukung pemerataan akses internet di Indonesia, dengan merujuk pada teori manajemen isu dari Chase & Jones (1977).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, karena bertujuan memahami secara mendalam strategi komunikasi Humas BAKTI Kominfo Digital dalam merespons pemberitaan negatif dan membangun relasi dengan media. Pendekatan ini dipilih karena isu yang dikaji bersifat kontekstual, dinamis, dan kompleks, sehingga tidak dapat dijelaskan secara statistik. Penelitian ini merujuk pada Teori Manajemen Isu oleh W. Howard Chase dan Barry Jones (1977), yang menekankan pentingnya kemampuan humas dalam mengidentifikasi, mengelola, serta merespons isu-isu yang berpotensi memengaruhi reputasi lembaga.¹⁸

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi partisipatif. Wawancara dilakukan kepada staf Humas BAKTI Kominfo Digital yang terlibat langsung dalam aktivitas *media monitoring* dan pengelolaan isu. Dokumentasi melibatkan penelaahan terhadap siaran pers, laporan kegiatan, dan arsip pemberitaan media yang relevan dengan aktivitas BAKTI. Selain itu, observasi dilakukan langsung di lingkungan kerja Humas BAKTI untuk mengamati proses *media monitoring*, alur penanganan isu, serta dinamika kerja tim dalam merespons pemberitaan negatif.

Data yang diperoleh dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara deskriptif-analitis, dengan menyusun narasi berdasarkan fakta empiris di lapangan. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang relevan terhadap fokus penelitian, dilanjutkan dengan penyajian temuan secara sistematis. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan pola dan strategi yang muncul dalam praktik komunikasi Humas BAKTI dalam menghadapi isu dan membina hubungan dengan media.

¹⁶ Tasya Nur Kholida and Encep Dulwahab, "Kegiatan Media Monitoring pada Media Online Biro Administrasi Pimpinan," *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat* 9, no. September (2024): 81–98, <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/reputation.v9i1.38847>.

¹⁷ Silvanus Alvin, "Media Relations Activities at the Indonesia Presidential Palace during the Covid-19 Pandemic," *Cogent Social Sciences* 11, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2472911>.

¹⁸ Winda Kustiawan et al., "Public Relations dan Manajemen Isu," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 2 (2024): 28734–42, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/17356>.

Hasil dan Pembahasan

Peran Humas dalam BAKTI Komdigi

Dalam sistem pemerintahan yang kompleks, peran humas menjadi sangat penting dalam memastikan tercapainya efektivitas komunikasi organisasi, baik ke dalam maupun ke luar. Penelitian Sani, Hidayat, dan Sjafirah (2020) menyatakan bahwa humas pemerintah memiliki peran strategis sebagai komunikator, fasilitator, dan katalisator dalam membangun pemahaman serta kepercayaan publik terhadap kebijakan yang diambil.¹⁹ Hal ini menunjukkan bahwa humas tidak hanya menjadi perantara informasi, tetapi juga menjadi aktor penting dalam membentuk persepsi publik terhadap lembaga pemerintah. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini, yang menemukan bahwa peran humas dalam Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) Komdigi dijalankan secara strategis, khususnya dalam konteks membangun dan menjaga hubungan dengan media massa untuk meningkatkan citra dan akuntabilitas lembaga.

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa humas BAKTI Komdigi tidak hanya berperan dalam penyebaran informasi, tetapi juga secara aktif membangun hubungan simbiotik dengan media. Hal ini memperkuat temuan Prastowo (2020), yang menyatakan bahwa hubungan antara humas pemerintah dan media bersifat mutualistik, humas membutuhkan media sebagai saluran penyampaian informasi, sementara media memerlukan informasi yang kredibel dari humas.²⁰ Dalam praktiknya di BAKTI Komdigi, hubungan ini dijaga melalui komunikasi rutin dengan jurnalis, penyediaan informasi faktual melalui siaran pers, dan lain sebagainya. Ketika terjadi isu pemberitaan miring, humas akan melakukan klarifikasi langsung, baik melalui media resmi maupun jalur informal kepada wartawan, guna menjaga keseimbangan narasi publik. Temuan ini memperlihatkan adanya kesesuaian kuat dengan literatur terdahulu terkait peran humas sebagai penjaga reputasi dan pengelola hubungan media.

Namun, berbeda dengan banyak institusi pemerintah yang umumnya memiliki struktur humas terpusat, penelitian ini menemukan bahwa di BAKTI Komdigi, setiap divisi memiliki unit humas fungsional masing-masing. Sebagai contoh, Divisi Infrastruktur Internet memiliki tanggung jawab langsung dalam mengelola komunikasi terkait layanan internet, termasuk ketika terjadi gangguan atau keluhan publik. Dalam kondisi tersebut, humas dari divisi tersebut akan menangani proses komunikasi langsung dengan pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah atau masyarakat penerima layanan, dengan dukungan dari humas pusat yang bertindak sebagai penyedia data dan narasi institusional. Temuan ini memperkaya kajian sebelumnya dengan menunjukkan bagaimana struktur kehumasan yang desentralistik justru memungkinkan respons komunikasi yang lebih cepat, kontekstual, dan relevan dengan permasalahan yang dihadapi.

Struktur koordinatif yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peran humas di BAKTI lebih dari sekadar pengelola informasi, humas juga bertindak

¹⁹ Anwar Sani, Mien Hidayat, and Nuryah Asri Sjafirah, "Pemahaman Petugas Kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang Peran Humas Pemerintah," *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 4, no. 2 (2020): 215, <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>.

²⁰ F X Ari And Agung Prastowo, "Pelaksanaan Fungsi Pokok Humas Pemerintah pada Lembaga Pemerintah," *Profesi Humas* 5, No. 1 (2020): 17–37, <https://doi.org/10.24198/Prh.V5i1>.

sebagai penghubung strategis antardivisi. Hal ini mendukung pandangan Prastowo (2020) yang menyatakan bahwa humas pemerintah harus menjalin koordinasi intensif dengan unit-unit lain agar informasi yang disampaikan tidak hanya akurat, tetapi juga mewakili kondisi aktual lembaga.²¹ Dalam praktiknya, humas BAKTI Komdigi kerap menjadi pengatur ritme komunikasi internal antarunit, menyusun kerangka narasi komunikasi, serta memastikan bahwa setiap pernyataan publik telah terverifikasi oleh unit teknis terkait. Dengan begitu, humas berperan sebagai penguat sinergi antarbagian, bukan sekadar pelaksana komunikasi satu arah.

Dengan meninjau temuan ini secara keseluruhan, terlihat bahwa peran humas BAKTI Komdigi memiliki kesesuaian yang tinggi dengan konsep-konsep humas strategis dalam pemerintahan, sebagaimana diuraikan oleh peneliti sebelumnya. Namun, praktik kehumasan di BAKTI juga menawarkan perspektif baru tentang bagaimana struktur desentralistik dan koordinatif justru memperkuat efektivitas komunikasi lembaga, terutama dalam menghadapi isu-isu teknis dan pemberitaan negatif. Temuan ini menjadi kontribusi penting dalam memperluas pemahaman tentang peran humas dalam lembaga pemerintah yang beroperasi di sektor teknologi dan layanan publik.

Proses Media Monitoring Humas BAKTI Komdigi

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa kegiatan *media monitoring* di Humas BAKTI Komdigi merupakan bagian integral dari strategi komunikasi lembaga. Kegiatan ini dilakukan secara rutin setiap hari untuk memantau dan menganalisis pemberitaan yang berkaitan dengan institusi, baik dari segi jumlah, tema, maupun tone pemberitaan. Temuan ini menunjukkan bahwa *media monitoring* tidak hanya berfungsi sebagai alat deteksi dini atas potensi isu, tetapi juga sebagai bagian dari proses evaluatif dan pengambilan keputusan strategis. Selanjutnya hasil dari *media monitoring* ini dikomplikasikan dalam bentuk klipring, yang meliputi rangkuman konten, sumber berita, serta analisis tone (positif, negatif, netral) dan potensi dampak terhadap reputasi lembaga. Informasi ini kemudian dikompilasi setiap tiga bulan dan diserahkan kepada Divisi Manajemen Risiko sebagai bagian dari laporan berkala.

Temuan ini memiliki kesesuaian dengan penelitian Amalia et al. (2022) yang mengkaji praktik *media monitoring* di PT Phapros Tbk. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa hasil pemantauan media tidak hanya dimanfaatkan oleh humas, tetapi juga dilaporkan langsung kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis.²² Hal yang sama ditemukan di BAKTI Komdigi, di mana klipring media yang berisi isu strategis, akan diteruskan ke Direktur Utama untuk mendapatkan perhatian dan tindak lanjut yang diperlukan. Kesamaan ini menunjukkan bahwa *media monitoring* telah berkembang dari aktivitas dokumentatif menjadi bagian dari proses analisis komunikasi yang lebih terstruktur dan informatif untuk mendukung manajemen risiko organisasi.

²¹ Ari And Prastowo.

²² Riztria Zahra Amalia, Imron Rosyidi, and Dyah Rahmi Astuti, "Aktivitas Media Monitoring pada Media Online oleh PT Phapros Tbk," *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat* 6, no. 4 (2022): 367–82, <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/reputation.v6i4.20602>.

Hal ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al. (2019) yang menunjukkan bahwa *media monitoring* tidak hanya dimanfaatkan untuk merespons percakapan publik di media sosial, tetapi juga menjadi bagian dari sistem intelijen perusahaan dalam membaca isu strategis secara real-time.²³ Dengan demikian, praktik yang ditemukan di BAKTI Komdigi dan yang dijelaskan oleh Amalia et al. (2022) berada dalam kerangka kerja yang semakin lazim diadopsi oleh institusi modern, baik di sektor publik maupun swasta.

Sebagai pendukung kegiatan *media monitoring*, penggunaan teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam efektivitas *media monitoring*. Dalam proses *media monitoring* ini, BAKTI Komdigi ditopang oleh pemanfaatan perangkat lunak Brand24, sebuah platform berbasis daring yang memungkinkan pemantauan real-time terhadap pemberitaan dan percakapan daring melalui kata kunci tertentu di berbagai platform, termasuk portal berita, media sosial, dan blog.²⁴ Kehadiran teknologi ini memungkinkan tim humas untuk mengidentifikasi isu yang berkembang secara cepat dan menyusun analisis berbasis data yang lebih akurat. Ini sejalan dengan temuan Manuputty et al. (2024) dalam penelitian mereka di KJRI Johor Bahru, yang menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi dalam *media monitoring* dapat menghasilkan laporan mingguan berbasis analisis tren dan tone, sehingga mendukung penyusunan strategi komunikasi dan diplomasi publik yang lebih responsif dan terukur.²⁵

Pemanfaatan perangkat lunak seperti Brand24 di BAKTI Komdigi mencerminkan kecenderungan umum dalam digitalisasi sistem monitoring yang mengandalkan akurasi data dan kecepatan akses informasi. Hal ini sejalan dengan pendekatan yang dikembangkan dalam sistem Agility Record System, di mana sensor digital dan aplikasi mobile dimanfaatkan untuk mendeteksi dan mengolah data gerakan secara real-time.²⁶ Meskipun berbeda konteks, prinsip kerja sistem monitoring berbasis digital ini menunjukkan bagaimana teknologi memungkinkan proses identifikasi, pelaporan, dan visualisasi data yang cepat dan efisien.

Selain dari sisi teknis, penelitian ini juga memperlihatkan variasi lain dalam pendekatan yang dilakukan BAKTI Komdigi dibandingkan dengan praktik yang ditemukan di organisasi lain. Jika di KJRI Johor Bahru pemantauan media lebih diarahkan untuk mendukung hubungan diplomatik dan penguatan kepentingan nasional, maka di BAKTI Komdigi, fokus utama monitoring adalah menjaga kredibilitas layanan publik serta merespons isu-isu terkait proyek infrastruktur digital yang rawan mendapat sorotan kritis dari masyarakat dan media. Artinya, konteks institusi turut membentuk tujuan dan pola

²³ Martha Tri Lestari et al., "Why Telco Companies in Indonesia Using Social Media Monitoring as a Way to Handle Feedback?," *Library Philosophy and Practice*, 2019, 1–8, <https://core.ac.uk/download/pdf/228203389.pdf>.

²⁴ Brand24, "Brand24," n.d., <https://brand24.com/>.

²⁵ Audrey J A Manuputty and Aat Ruchiat Nugraha, "Media Monitoring oleh Divisi Informasi di KJRI Johor Bahru," *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2, no. 4 (2024): 42–60, <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1213>.

²⁶ Firmansyah M S Nursuwaris et al., "Mobile Application as Media Monitoring in the Agility Record System (ARS)" (IEEE, 2020), 423–27, <https://doi.org/10.1109/ICSECC51444.2020.9557496>.

penggunaan *media monitoring*, meskipun secara fungsional terdapat banyak kesamaan dalam mekanisme analisis dan pelaporannya.

Dengan demikian, *media monitoring* di BAKTI Komdigi tidak dapat dipandang sebagai aktivitas pasif semata, tetapi merupakan bagian dari sistem informasi strategis yang melibatkan kerja lintas-divisi dan berkontribusi langsung terhadap manajemen risiko serta reputasi lembaga. Temuan ini memperkuat gagasan dari studi-studi sebelumnya bahwa *media monitoring* yang dikelola secara profesional dan berbasis teknologi mampu memberikan nilai tambah yang signifikan dalam perumusan kebijakan komunikasi publik yang tepat dan adaptif terhadap dinamika opini publik.

Media Monitoring dalam Menangani Pemberitaan Negatif

Dalam konteks hubungan masyarakat modern, pendekatan manajemen isu menjadi landasan penting dalam mengelola potensi persoalan yang dapat memengaruhi citra dan reputasi institusi. Teori manajemen isu yang dikemukakan oleh Chase dan Jones (1977) menekankan pentingnya proses identifikasi, pemantauan, dan penanganan isu-isu yang berkembang di lingkungan eksternal organisasi sebelum isu tersebut berkembang menjadi krisis yang lebih besar. Proses ini terdiri dari beberapa tahapan: identifikasi isu (*issue identification*), analisis isu (*issue analysis*), pemilihan strategi (*strategy determination*), implementasi respons (*implementation*), serta evaluasi dan pemantauan lanjutan (*evaluation*).²⁷

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *media monitoring* yang secara rutin dilakukan oleh Humas BAKTI Komdigi dapat dipetakan secara langsung ke dalam tahapan-tahapan manajemen isu sebagaimana dimaksud oleh Chase dan Jones. Pada tahap pertama, yakni ***issue identification***, humas BAKTI secara aktif melakukan pemantauan terhadap pemberitaan dan opini publik di media massa untuk mendeteksi potensi isu. Salah satu contoh nyata adalah ketika BAKTI Komdigi menghadapi isu yang berkembang menjadi krisis pada tahun 2023 terkait dugaan kasus korupsi. Melalui *media monitoring* harian, Humas BAKTI Komdigi dapat memantau dan menyusun strategi, sejak awal mulai isu sampai menjadi krisis bagi lembaga hingga masa pra-krisis.

Tahap selanjutnya, ***issue analysis***, dilakukan dengan cara menganalisis karakteristik isu, seperti intensitas pemberitaan, persepsi publik, dan potensi dampaknya terhadap institusi. Humas kemudian menentukan skala prioritas isu untuk merancang strategi komunikasi yang sesuai. Tahapan ini sejalan dengan temuan Amalia et al. (2022) dalam studi tentang PT Phapros Tbk, di mana *media monitoring* digunakan untuk memetakan sentimen media sebagai dasar pengambilan keputusan komunikasi.²⁸ Dukungan atas pendekatan ini juga terlihat dalam penelitian Jacobs dan Liebrecht (2025) yang menunjukkan bahwa komunikasi profesional menggunakan data hasil monitoring untuk

²⁷ Abigail Fedora Ondine, Regina Prima Cahyani Wicaksono, and Afifah Yonni Febriana, "Manajemen Isu Humas UPT PLN Madiun terkait Pemadaman Listrik Akibat Penerbangan Layang-Layang," *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2, no. 1 (2023): 62–78, <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.686>.

²⁸ Amalia, Rosyidi, and Astuti, "Aktivitas Media Monitoring pada Media Online oleh PT Phapros Tbk."

menilai dinamika isu, mengidentifikasi tipping point, dan menyusun strategi komunikasi berdasarkan tingkat keterlibatan dan potensi dampak isu terhadap organisasi.²⁹

Pada tahap **strategy determination**, hasil analisis media menjadi bahan pertimbangan utama dalam merumuskan respons institusional. Humas bersama pimpinan BAKTI Komdigi memilih pendekatan komunikasi yang bersifat defensif atau korektif, seperti konferensi pers atau rilis pernyataan resmi. Pendekatan ini menunjukkan kesesuaian dengan studi Rachmawati (2023), yang menemukan bahwa lembaga pemerintah cenderung menggunakan strategi komunikasi adaptif dan berbasis skema kontinjensi untuk menghadapi dinamika isu di era *post-truth*.³⁰ Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Utz et al. (2013) yang menekankan pentingnya pemilihan strategi komunikasi yang sesuai dengan jenis krisis dan persepsi publik.³¹ Penelitian ini mendukung pendekatan komunikasi yang adaptif dan berbasis konteks, yang juga tercermin dalam langkah Humas BAKTI Komdigi saat menentukan strategi respons terhadap pemberitaan negatif.

Sebagai tahap keempat, **implementasi strategi** tercermin dari proses pelaporan data monitoring kepada seluruh pihak internal lembaga dan juga pelaksanaan langkah-langkah komunikasi yang telah disepakati. Hal ini menegaskan bahwa *media monitoring* bukan hanya alat pengumpulan informasi, tetapi juga menjadi instrumen koordinasi internal. Kesamaan pendekatan juga ditemukan dalam penelitian Manuputty et al. (2024) terkait KJRI Johor Bahru, di mana data media dijadikan acuan dalam pengambilan kebijakan komunikasi strategis.³²

Terakhir, pada tahap **evaluation**, humas BAKTI terus memantau perkembangan pemberitaan pasca-respons guna mengevaluasi efektivitas strategi yang telah dijalankan serta mengantisipasi potensi isu lanjutan. Pendekatan ini selaras dengan urgensi evaluasi yang dikemukakan oleh Buhmann, Macnamara, dan Zeffass (2019), yang menekankan pentingnya pengembangan sistematis standar evaluasi komunikasi untuk memperkuat akuntabilitas dan efektivitas kegiatan kehumasan.³³

Dengan demikian, temuan penelitian ini memiliki kesesuaian yang kuat dengan berbagai studi terdahulu yang menempatkan *media monitoring* sebagai alat strategis dalam sistem manajemen isu. *Media monitoring* tidak lagi sekadar dipandang sebagai aktivitas administratif, melainkan sebagai tahapan awal yang krusial dalam sistem deteksi dini terhadap potensi krisis. Data yang dihimpun dari berbagai kanal media menjadi dasar

²⁹ Sandra Jacobs and Christine Liebrecht, "Exploring and Assessing Issue Communication – Issue Communication Practices and Consequences of Issue Response Strategies for Organizational Reputation and Legitimacy," *Journal of Communication Management* 29, no. 2 (2024): 258–73, <https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2023-0127>.

³⁰ Farikha Rachmawati, "Strategi Humas Pemerintah dalam Pengelolaan Manajemen Isu Era Post Truth," *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2023): 114–27, <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.031.08>.

³¹ Sonja Utz, Friederike Schultz, and Sandra Glocka, "Public Relations Review Crisis Communication Online: How Medium, Crisis Type and Emotions Affected Public Reactions in the Fukushima Daiichi Nuclear Disaster," *Public Relations Review* 39, no. 1 (2013): 40–46, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.09.010>.

³² Manuputty and Nugraha, "Media Monitoring oleh Divisi Informasi di KJRI Johor Bahru."

³³ Alexander Buhmann, Jim Macnamara, and Ansgar Zeffass, "Reviewing the 'March to Standards' in Public Relations: A Comparative Analysis of Four Seminal Measurement and Evaluation Initiatives," *Public Relations Review* 45, no. 4 (2019): 101825, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101825>.

penyusunan strategi komunikasi, penguatan narasi kelembagaan, dan antisipasi terhadap dinamika opini publik.

Oleh sebab itu, *media monitoring* oleh Humas BAKTI Komdigi dapat dipahami sebagai bagian integral dari penerapan teori manajemen isu yang adaptif, terukur, dan berbasis bukti (*evidence-based communication*), serta memperlihatkan relevansi praktisnya dalam mengelola reputasi institusional di tengah arus informasi yang sangat cepat berubah.

Sikap Humas BAKTI Komdigi dalam Merespon Pemberitaan Negatif

Penelitian ini menemukan, bahwa dalam menghadapi dinamika pemberitaan, khususnya yang bernuansa negatif, Humas BAKTI Komdigi menunjukkan kecenderungan sikap selektif dalam menentukan pemberitaan mana yang perlu direspons secara aktif dan mana yang cukup dipantau tanpa intervensi langsung. Sikap selektif ini tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan dilandasi oleh pertimbangan strategis yang mempertimbangkan risiko reputasional dan potensi efek bumerang (*boomerang effect*) jika sebuah isu ditanggapi secara terbuka namun tidak tepat. Temuan ini memiliki kesesuaian dengan penelitian Kurniawan et al. (2020), yang menjelaskan bahwa efek bumerang dalam komunikasi institusional dapat terjadi ketika pesan yang disampaikan oleh lembaga bertentangan dengan nilai, norma, atau ekspektasi audiens, sehingga justru menimbulkan resistensi atau penolakan.³⁴

Salah satu pendekatan yang digunakan humas adalah melakukan klasifikasi berdasarkan kredibilitas dan jangkauan media yang memberitakan. Media nasional yang memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik cenderung lebih diprioritaskan untuk diberikan tanggapan resmi, baik melalui siaran pers, klarifikasi, atau pernyataan dari pejabat tinggi institusi, seperti Direktur Utama BAKTI Komdigi. Pendekatan ini selaras dengan temuan Jacobs dan Liebrecht (2025), yang menunjukkan bahwa organisasi secara strategis mempertimbangkan waktu dan medium komunikasi dalam merespons isu, guna meminimalkan risiko reputasional dan memperkuat legitimasi.³⁵ Dalam konteks ini, pemilihan kanal komunikasi yang tepat, terutama media yang berpengaruh terhadap persepsi publik menjadi bagian penting dari pengelolaan reputasi dan kontrol terhadap narasi yang berkembang.

Sebaliknya, jika pemberitaan negatif muncul dari media lokal atau kanal alternatif dengan jangkauan terbatas, humas BAKTI Komdigi cenderung memilih untuk tidak memberikan respons terbuka. Pilihan strategi diam ini dilakukan untuk meminimalisasi eksposur tambahan terhadap isu yang berpotensi berkembang. Strategi ini memiliki kesamaan dengan hasil studi Rachmawati (2023), yang mencatat bahwa humas instansi pemerintah menerapkan strategi *agenda building* dan *contingency plan* dalam menghadapi isu-isu

³⁴ Andhika Kurniawan Pontoh, Farrah Mardiaty Soeharno, and Mutia Adia Risiad, "Efek Bumerang Negatif Pesan Persuasif Kampanye Vaksin Measles - Rubella oleh Kementerian," *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora* 01, no. 07 (2020): 25–34, <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/89>.

³⁵ Jacobs and Liebrecht, "Exploring and Assessing Issue Communication – Issue Communication Practices and Consequences of Issue Response Strategies for Organizational Reputation and Legitimacy."

di era *post-truth*, serta memperhitungkan risiko keterpaparan publik terhadap isu-isu yang belum tentu signifikan secara strategis.³⁶

Pendekatan selektif ini juga dapat dipahami sebagai bagian dari tahapan *strategy determination* dalam model manajemen isu yang dikembangkan oleh Chase dan Jones (1977), di mana organisasi perlu menentukan kapan dan bagaimana isu ditanggapi berdasarkan prioritas dan urgensinya. Hal ini diperkuat oleh yang dilakukan oleh Hong, Kim, dan Lee (2023), yang menunjukkan bahwa dalam menghadapi krisis reputasional, strategi difensif semacam penyangkalan, justifikasi, atau minimisasi bukan merupakan respons impulsif, melainkan bagian dari upaya strategis untuk mengelola atribusi tanggung jawab, menilai risiko reputasi, serta menjaga hubungan jangka panjang dengan publik mereka.³⁷ Pendekatan ini mencerminkan pentingnya pertimbangan konteks krisis dan persepsi publik dalam menentukan bentuk komunikasi yang paling tepat.

Namun demikian, penelitian oleh Muldi (2021) juga menekankan potensi ketidaksesuaian apabila strategi difensif ini tidak diiringi dengan sistem evaluasi media yang tajam dan berkelanjutan.³⁸ Seperti ditunjukkan dalam studi Hendrian & Deslia (2025), keterlambatan respons dan kurangnya analisis isu yang mendalam oleh pemerintah DIY dalam menangani krisis sampah menyebabkan meningkatnya tekanan publik, meluasnya pemberitaan negatif, serta penurunan citra daerah di mata wisatawan. Ini menunjukkan bahwa pendekatan selektif harus selalu disertai dengan kesiapsiagaan dan sistem pemantauan yang mampu mendeteksi perubahan dinamika opini publik secara real-time.³⁹

Dengan demikian, kegiatan *media monitoring* oleh Humas BAKTI Komdigi tidak hanya berperan sebagai alat pengumpulan informasi, tetapi juga sebagai fondasi pengambilan keputusan dalam komunikasi strategis. Kemampuan untuk memilah mana isu yang perlu direspons dan mana yang tidak, merupakan bagian integral dari pengelolaan isu yang berbasis analisis risiko dan strategi komunikasi yang adaptif. Temuan ini memperkuat kesesuaian dengan berbagai penelitian sebelumnya, namun juga menggarisbawahi pentingnya evaluasi yang berkelanjutan untuk mencegah terjadinya *under-response* terhadap isu-isu yang berpotensi tumbuh menjadi krisis.

Dengan kata lain, *media monitoring* tidak sekadar aktivitas administratif, tetapi telah berevolusi menjadi instrumen strategis dalam manajemen isu modern. Ia menjadi bagian dari sistem deteksi dini yang membantu institusi merespons dinamika informasi secara terukur, berbasis bukti (*evidence-based*), dan tetap menjaga keseimbangan antara keterbukaan informasi dan pengendalian risiko reputasi.

³⁶ Rachmawati, "Strategi Humas Pemerintah dalam Pengelolaan Manajemen Isu Era Post Truth."

³⁷ Seoyeon Hong, Bokyoung Kim, and So Young, "A Public Health Crisis in the University : Impact of Crisis Response Strategies on Universities' Transparency and Post-Crisis Relationships during COVID 19 Pandemic," *Public Relations Review* 49, no. 1 (2023): 102287, <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102287>.

³⁸ Ali Muldi, "Model Komunikasi dalam Pengelolaan Konflik Geotermal di Kabupaten Serang," *Jurnal Riset Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 117–34, <https://doi.org/10.31506/JRK.V12i1.11739>.

³⁹ Gugus Hendrian and Iva Fikrani Deslia, "Manajemen Isu Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta terkait Polemik Sampah di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 10, no. 2 (2025): 1935–45, <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i2.56986>.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *media monitoring* memainkan peran yang sangat strategis dalam mendukung kerja komunikasi Humas BAKTI Kominfo Digital (BAKTI Komdigi), terutama dalam menghadapi isu-isu publik dan potensi krisis yang dapat memengaruhi citra lembaga. *Media monitoring* tidak lagi sekadar menjadi aktivitas pemantauan informasi, melainkan telah berkembang menjadi instrumen penting dalam keseluruhan proses manajemen isu.

Mengacu pada model manajemen isu Chase dan Jones (1977), pengelolaan isu mencakup lima tahapan utama: identifikasi isu, analisis isu, perumusan strategi, implementasi, dan evaluasi. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa proses *media monitoring* yang dilakukan oleh Humas BAKTI Komdigi telah mencakup sebagian besar dari tahapan tersebut, khususnya pada fase awal hingga penyusunan strategi. Dengan bantuan alat seperti Brand24, humas mampu mendeteksi berbagai pemberitaan yang berpotensi menjadi isu sensitif, menganalisis intensitas serta persepsi publik, dan memetakan respons berdasarkan tingkat urgensinya.

Informasi yang dihasilkan dari proses monitoring ini kemudian dijadikan dasar dalam menentukan langkah komunikasi yang akan diambil oleh institusi. Artinya, *media monitoring* tidak hanya berfungsi sebagai alat pengumpul data, tetapi juga sebagai pijakan awal dalam membentuk kebijakan komunikasi yang adaptif, terukur, dan sesuai dengan konteks isu yang berkembang.

Implikasi dari temuan ini cukup signifikan, baik dari sisi teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat penerapan model manajemen isu dalam konteks komunikasi lembaga pemerintah di era digital, serta memperluas pemahaman mengenai peran strategis *media monitoring* sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan komunikasi. *Media monitoring* terbukti bukan lagi aktivitas pasif, melainkan aktif dan terintegrasi dengan logika manajerial dalam merespons opini publik.

Sementara itu, secara praktis, penelitian ini menyiratkan perlunya lembaga-lembaga publik untuk membangun sistem *media monitoring* yang lebih solid, terstruktur, dan terhubung langsung dengan pengambilan kebijakan komunikasi. Humas sebagai garda depan komunikasi lembaga perlu dibekali dengan kemampuan analisis media yang mumpuni agar dapat merespons dinamika informasi secara tepat waktu dan tepat sasaran. Selain itu, dibutuhkan sistem evaluasi yang berkelanjutan untuk menilai efektivitas strategi komunikasi yang telah dijalankan, serta untuk mengantisipasi munculnya isu-isu turunan yang mungkin timbul kemudian hari.

Dengan kata lain, *media monitoring* tidak boleh dipandang sebagai aktivitas pelengkap, tetapi harus dijadikan bagian integral dari sistem komunikasi kelembagaan yang berbasis data, antisipatif terhadap krisis, dan mampu menjaga reputasi institusi secara berkelanjutan di tengah derasnya arus informasi publik.

Bibliography

A'an. "Jaringan Internet Belum Stabil, Diskominfo Kapuas Hulu Surati BAKTI." *Pontianak Post*, 2025. https://www.radarbanten.co.id/2024/10/27/masih-ada-156-titik-di-pandeglang-tak-terjangkau-sinyal-seluler/#google_vignette.

- Alvin, Silvanus. "Media Relations Activities at the Indonesia Presidential Palace during the Covid-19 Pandemic." *Cogent Social Sciences* 11, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2472911>.
- Amalia, Riztria Zahra, Imron Rosyidi, and Dyah Rahmi Astuti. "Aktivitas Media Monitoring pada Media Online oleh PT Phapros Tbk." *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat* 6, no. 4 (2022): 367–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/reputation.v6i4.20602>.
- Ari, F X, and Agung Prastowo. "Pelaksanaan Fungsi Pokok Humas Pemerintah pada Lembaga Pemerintah." *PRofesi Humas* 5, no. 1 (2020): 17–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/prh.v5i1>.
- Badri, Yusron, and Sun Fataya. "Pola Komunikasi di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Hubungan Sosial antar Perguruan Pencak Silat di Madiun." *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences* 4, no. 1 (2023): 85–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/ijhass.v4i1.4083>.
- Brand24. "Brand24," n.d. <https://brand24.com/>.
- Buhmann, Alexander, Jim Macnamara, and Ansgar Zerfass. "Reviewing the ' March to Standards ' in Public Relations: A Comparative Analysis of Four Seminal Measurement and Evaluation Initiatives." *Public Relations Review* 45, no. 4 (2019): 101825. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101825>.
- Gran, Anne-britt, Peter Booth, and Taina Bucher. "To Be or Not to Be Algorithm Aware : A Question of a New Digital Divide?" *Information, Communication & Society* 0, no. 0 (2020): 1–18. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1736124>.
- Hendrian, Gugus, and Iva Fikrani Deslia. "Manajemen Isu Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta terkait Polemik Sampah di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 10, no. 2 (2025): 1935–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i2.56986>.
- Hong, Seoyeon, Bokyung Kim, and So Young. "A Public Health Crisis in the University : Impact of Crisis Response Strategies on Universities ' Transparency and Post-Crisis Relationships during COVID 19 Pandemic." *Public Relations Review* 49, no. 1 (2023): 102287. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102287>.
- Humas. "BAKTI Komdigi," n.d. <https://www.baktikominfo.id/>.
- Jacobs, Sandra, and Christine Liebrecht. "Exploring and Assessing Issue Communication – Issue Communication Practices and Consequences of Issue Response Strategies for Organizational Reputation and Legitimacy." *Journal of Communication Management* 29, no. 2 (2024): 258–73. <https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2023-0127>.
- Juanda, and Andi Izzulhaq. "Strategi Diskominfo dalam Pemerataan Jaringan Internet di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah." *Jurnal Terapan Pemerintah Minangkabau* 3, no. 2 (2023): 176–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jtpm.v3i2.3567>.
- Kholida, Tasya Nur, and Encep Dulwahab. "Kegiatan Media Monitoring pada Media Online Biro Administrasi Pimpinan." *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat* 9, no. September (2024): 81–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/reputation.v9i1.38847>.

- Kustiawan, Winda, Faradiba Shaliha, Ezra Muharrifah, Fadilla Hafizah, Siti Asyaroh, and Rusydi aulia Siregar. "Public Relations dan Manajemen Isu." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 2 (2024): 28734–42. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/17356>.
- Lestari, Martha Tri, Asep Suryana, Slamet Mulyana, and Hidayat Mien. "Why Telco Companies in Indonesia Using Social Media Monitoring as a Way to Handle Feedback?" *Library Philosophy and Practice*, 2019, 1–8. <https://core.ac.uk/download/pdf/228203389.pdf>.
- Manuputty, Audrey J A, and Aat Ruchiat Nugraha. "Media Monitoring oleh Divisi Informasi di KJRI Johor Bahru." *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2, no. 4 (2024): 42–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/Tuturan.V2i4.1213>.
- Muldi, Ali. "Model Komunikasi dalam Pengelolaan Konflik Geotermal di Kabupaten Serang." *Jurnal Riset Komunikasi* 12, no. 1 (2021): 117–34. <https://doi.org/10.31506/JRK.V12i1.11739>.
- Nursuwars, Firmansyah M S, Acep Irham Gufroni, Nurul Hiron, and Rahmi Nur Shofa. "Mobile Application as Media Monitoring in the Agility Record System (ARS)," 423–27. IEEE, 2020. <https://doi.org/10.1109/ICSECC51444.2020.9557496>.
- Ondine, Abigail Fedora, Regina Prima Cahyani Wicaksono, and Afifah Yonni Febriana. "Manajemen Isu Humas UPT PLN Madiun terkait Pemadaman Listrik Akibat Penerbangan Layang-Layang." *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2, no. 1 (2023): 62–78. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.686>.
- Pontoh, Andhika Kurniawan, Farrah Mardiaty Soeharno, and Mutia Adia Risiad. "Efek Bumerang Negatif Pesan Persuasif Kampanye Vaksin Measles - Rubella Oleh Kementerian." *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora* 01, no. 07 (2020): 25–34. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/89>.
- Prasetya, Moch. Madani. "Masih Ada 156 Titik di Pandeglang, Tak Terjangkau Sinyal Seluler." *Radar Banten*, 2024. https://www.radarbanten.co.id/2024/10/27/masih-ada-156-titik-di-pandeglang-tak-terjangkau-sinyal-seluler/#google_vignette.
- Rachmawati, Farikha. "Strategi Humas Pemerintah dalam Pengelolaan Manajemen Isu Era Post Truth." *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2023): 114–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.031.08>.
- Riswandi, Indah Dwi Chyntia, Suprpto, and Admaja Dwi Herlambang. "Evaluasi Kinerja Pembangunan Program Kerja Base Transceiver Station (BTS) Menggunakan Logical Framework Analysis Studi pada Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) KOMINFO." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 3, no. 3 (2019): 2685–92. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4799/2218>.
- Sani, Anwar, Mien Hidayat, and Nuryah Asri Sjaifrah. "Pemahaman Petugas Kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang Peran Humas Pemerintah." *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 4, no. 2 (2020): 215. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>.

- Sari, Eka, Tri Sutarsih, Karmila Maharani, and Adriyani Syakilah. *Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi 2023*. Badan Pusat Statistik, 2024. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/30/b50f00b8615fc8716c8e02d4/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2023.html>.
- Shandraseharan, A, and Udayangani Kulatunga. "Social Media for Disaster Management : The Sri Lankan Context." *International Journal of Construction Management* 0, no. 0 (2021): 1–14. <https://doi.org/10.1080/15623599.2021.1907015>.
- Sukmayani, Oktaria, and Jamroji. "Media Monitoring Model in Public Relations of BUMN (State-Owned Enterprises) Companies." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 4, no. 2 (2021): 197–212. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i2.1284>.
- Syifa, Adristi Naura, Evanny Silviana Intan Wibowo, Midori Reigina Yossi, Reni Sara Indrawati, and Adek Media Roza. "Kesenjangan Digital dan Akses Internet di Kabupaten Katingan : Studi Kasus pada Masyarakat Pedesaan." *Jurnal Kaganga* 8, no. 1 (2024): 65–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/jkaganga.8.1.65-73>.
- Utz, Sonja, Friederike Schultz, and Sandra Glocka. "Public Relations Review Crisis Communication Online : How Medium , Crisis Type and Emotions Affected Public Reactions in the Fukushima Daiichi Nuclear Disaster." *Public Relations Review* 39, no. 1 (2013): 40–46. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.09.010>.

