

KEGIATAN MEDIA MONITORING HUMAS PEMERINTAH KOTA CIMAH

Aditya Ilham Gunawan¹, Renata Anisa²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Padjadjaran

Naskah diterima tanggal 29-05-2020, direvisi tanggal 10-06-2020, disetujui tanggal 01-07-2020

Abstrak. Humas Pemerintah Kota Cimahi merupakan bagian dari Diskominfo Arpus. Diskominfo Arpus yaitu Dinas Komunikasi Informatika Kearsipan dan Perpustakaan yang merupakan Departemen yang memiliki berbagai tugas guna dalam mewujudkan visinya yaitu "Mewujudkan Cimahi Baru Maju, Agamis dan Berbudaya". Salah satu fungsi Humas Pemerintah Kota Cimahi adalah menganalisis pemberitaan pada media cetak (*Media Monitoring*). Hal ini dikarenakan sedikit sekali informasi pemerintahan dari lembaga keHumasan yang dapat dipercaya secara langsung dan menjadi bahan utama penulisan berita. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan *media monitoring* di Humas Pemerintah Kota Cimahi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang di gunakan berdasarkan observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan kegiatan *media monitoring* yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Cimahi terdiri dari perencanaan yaitu membahas media yang akan menjadi target dan menjadi bahan dari kliping harian, pelaksanaan yaitu membaca dan memotong berbagai macam berita cetak dan *online* yang dianggap hangat pada hari itu untuk dibuat kliping, evaluasi yaitu mengevaluasi pemberitaan Pemerintah Kota Cimahi di mata masyarakat dan mengetahui bagaimana tindakan yang akan dilakukan dalam menanggapi pemberitaan tersebut.

Kata kunci: Humas Pemerintah, Media Monitoring, Kota Cimahi

Abstract. Cimahi City Government Public Relations is part of the Arpus Diskominfo, Arpus Diskominfo namely the Office of Archives and Informatics Communication and Library is a department that has various duties in realizing its vision of "Creating New Cimahi Advanced, Religious and Cultured". One of the functions of the Public Relations of the Cimahi City Government is to analyze the news in print media (*Media Monitoring*). This is because there is very little government information from public relations agencies that can be trusted directly and become the main material for writing news. The research method used is a descriptive study research method with a qualitative approach. Data collection techniques used are based on observation, interviews and literature studies. The results showed that media monitoring activities carried out by Cimahi City Public Relations consisted of planning, which were planning which media would be used and analyzed into clippings, implementation of reading and cutting various kinds of printed and online news that were considered warm on that day to be clipped, evaluating evaluating the news of the City Government of Cimahi in the eyes of the community and knowing how the actions will be taken in response to the news.

Keywords: Government Public Relations, Media Monitoring, Cimahi City

PENDAHULUAN

Cimahi merupakan kota yang dipimpin oleh Ir. H. Ajay Muhammad Priatna, M.M. ini memiliki berbagai prestasi yang telah dikenal secara nasional maupun internasional. Beragam prestasi telah diraih Kota Cimahi pada masa kepemimpinan Ir. H. Ajay Muhammad Priatna, M.M. (2017-2022) salah satunya adalah mendapatkan penghargaan TOP 99 Sistem Informasi Inovasi Pelayanan Publik (Sinovik) dari Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Kemenpan RB) pada Juli 2018 (Setiawan, 2019).

Banyaknya prestasi yang telah diraih kota Cimahi sendiri tidak hanya merupakan hasil kerja keras dari Ir. H. Ajay Muhammad Priatna, M.M. sebagai Walikota tetapi juga merupakan keberhasilan dari Pemerintah Kota Cimahi. Karena tanpa Pemerintah yang baik kinerja dari Walikota sendiri akan dapat masalah. Oleh karena itu perlunya koordinasi yang baik terutama ketika berhubungan dengan media, karena pemerintah dan pers memiliki sebuah hubungan saling membutuhkan yang cukup kuat.

Humas Pemerintah Kota Cimahi merupakan bagian dari Diskominfo Arpus, Diskominfo Arpus yaitu Dinas Komunikasi Informatika Kearsipan dan Perpustakaan adalah Departemen yang memiliki berbagai tugas guna dalam mewujudkan visinya yaitu “Mewujudkan Cimahi Baru Maju, Agamis dan Berbudaya”. Untuk website resmi Pemkot Cimahi www.cimahikota.go.id.

Diskominfo Cimahi memiliki susunan organisasi yang terdiri dari Kepala Dinas, Sekretariat, Bidang Informasi, Komunikasi Publik dan Statistik, Bidang Penyelenggaraan *E-Government* dan Persandian, Bidang Kearsipan, Bidang Perpustakaan, Unit Pelaksana Teknis (UPT) Dinas Daerah, Kelompok Jabatan Fungsional. Salah satu kegiatan Humas Pemkot Cimahi ini adalah melakukan *media monitoring* yang dilakukan setiap harinya. Terdapat dua jenis *media monitoring* yaitu media cetak dan *media online* yang dilakukan bidang Informasi. Dimana Bidang Informasi melakukan kliping dan mengumpulkan data semua pemberitaan mengenai Kota Cimahi. Dimana informasi ini akan menjadi pertimbangan yang dapat diteruskan dalam pengambilan keputusan oleh Walikota Cimahi.

Analisis pemberitaan pada media cetak (*Media Monitoring*) perlu dilakukan untuk mengetahui pemberitaan institusi di media massa. Humas memiliki fungsi untuk menganalisis pemberitaan media baik yang positif, netral, maupun negatif, dimana hal tersebut akan berdampak pada reputasi institusi.

Kegiatan *media monitoring* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Humas sebagai proses evaluasi *media relations*. Dimana *media relations* dapat dikatakan berhasil saat media massa memberikan *feedback* berupa sebuah pemberitaan yang sesuai dengan fakta. Untuk mengetahui keberhasilan ini maka perlu dilakukannya *Media Monitoring* dengan tujuan untuk membedah pemberitaan yang dilakukan oleh media massa. Selain itu *media monitoring* juga bermanfaat untuk membantu menentukan pengambilan kebijakan dan merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan oleh seorang *public relations*.

Penulis meneliti bagaimana kegiatan *media monitoring* yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Cimahi yang terdiri dari perencanaan yaitu membahas media yang akan menjadi target dan menjadi bahan dari kliping harian, pelaksanaan yaitu membaca dan memotong berbagai macam berita cetak dan *online* yang berkaitan dengan institusi setiap hari untuk dibuat kliping, evaluasi yaitu mengevaluasi pemberitaan tentang Pemerintah Kota Cimahi.

Menjalin hubungan dengan publik sangatlah penting dalam sebuah lembaga pemerintahan. Hal ini dilakukan untuk berkomunikasi dalam penyampaian pesan atau informasi mengenai aktifitas lembaga pemerintah yang dapat dipublikasikan oleh media massa.

Humas Pemerintah perlu membangun hubungan yang baik dengan media, sehingga informasi dapat disampaikan secara efektif kepada publik. Seorang Humas dapat menggunakan media massa dalam mempengaruhi masyarakat untuk membangun reputasi yang positif dari seorang individu, organisasi, perusahaan, bahkan negara (Nurdiansyah & Kartika, 2020). Untuk mengetahui keberhasilan ini maka perlu dilakukannya *media monitoring* dengan tujuan untuk mengetahui pemberitaan yang dilakukan oleh media massa. Selain itu *media monitoring* juga bermanfaat untuk membantu menentukan pengambilan kebijakan dan merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan oleh seorang *public relations*.

Public relations (PR) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Ruslan, 2014).

Public relations menurut definisi dari *The British Institute of Public Relations*, berbunyi “*Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public*”. (Praktik *Public Relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya) (Ruslan, 2014). Istilah “*Public*” secara universal berarti sekelompok orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama terhadap sesuatu hal. Istilah “*Relations*” dalam bahasa Indonesia berarti “hubungan-hubungan” dalam arti menyangkut banyak hubungan.

Berdasarkan definisi diatas dapat dilihat bahwa penekanan terdapat pada *Public relations* dengan publiknya. Terdapat dua kategori publik pada *Public relations* yaitu, publik internal yang berkaitan dengan publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri, dan publik eksternal atau publik umum (masyarakat) (Ruslan, 2014). Dalam berhubungan dengan publik eksternal teknik konvensional seperti komunikasi langsung akan sulit dilakukan. Terlebih mengingat semakin besar perusahaan maka akan semakin besar pula publik yang perlu diatasi. Untuk menyampaikan pesan kepada publik yang lebih besar *Public Relations* membutuhkan media massa dan sebaliknya pula media massa juga membutuhkan *Public Relations* (Darmastuti, 2012).

Dalam menjalankan fungsinya Humas Pemerintah perlu membangun hubungan dengan seluruh *stakeholders*. Tugas utama Humas Pemerintah adalah mengamati aspirasi, memberikan nasihat atau saran pada instansi, mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan antara publik dengan pemerintah, dan memberikan penerangan dan informasi mengenai apa yang dilakukan pemerintah.

Peran taktis dan strategi kehumasan pemerintah menyangkut mengenai tugas jangka pendek dan tugas jangka panjang. Tugas jangka pendek, Humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum dan khalayak tertentu sebagai target sasarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi, atau memengaruhi opini masyarakat dengan usaha untuk menyamakan persepsi dengan tujuan dan sasaran instansi/lembaga yang diwakilinya. Tugas jangka panjang, yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambilan keputusan, memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja lembaga instansi/lembaga yang bersangkutan dan hingga pelaksanaan pembangunan nasional. Terakhir bagaimana upaya untuk menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

Media cetak yang memberikan info secara luas kepada publik secara tidak langsung berpengaruh dalam pembentukan opini publik. Hal ini dikarenakan publik dapat mengetahui kejadian yang sedang terjadi melalui pemberitaan dari media cetak itu sendiri. Walaupun begitu pemberitaan dari media cetak itu sendiri terkadang dapat berbeda dari satu media cetak dengan media cetak lainnya. Perbedaan ini merupakan hasil dari sudut pandang yang berbeda yang dilihat oleh jurnalis saat membuat berita itu sendiri.

Keberadaan dari sudut pandang ini sendiri dapat dikaitkan pula dengan adanya tujuan-tujuan dari keberadaan berita tersebut. Sering kali tuntutan saat ini untuk mendapatkan respon yang positif media massa harus memberikan pemberitaan yang disenangi oleh masyarakat. Masyarakat sering kali menyukai pemberitaan yang negatif dibanding berita yang positif. Walaupun begitu berita negatif terjadi bukan hanya karena topik yang dibahas tetapi dapat dikarenakan pemilihan narasumber yang tidak tepat. Menyangkut mengenai bagaimana media dalam memilih narasumber mengenai berita tersebut apakah mereka sudah memilih *key person* yang tepat atau tidak

Paulus Winarto, Public relations Consultant Markplus Mileage Communications juga menambahkan bahwa kegiatan pemasaran apapun tidak akan memberikan dampak yang luar biasa apabila tidak dipublikasikan melalui berita. Berita merupakan kemasan informasi yang dapat dipercaya oleh masyarakat dibanding dengan iklan (Darmastuti, 2012).

Dalam melaksanakan tugasnya *Public Relations* perlu melakukan evaluasi. Evaluasi ini sendiri berguna untuk menganalisa efektivitas dari *Public Relations*. *Media Monitoring* merupakan tahapan evaluasi daripada *Media Relations*, dimana *Media Monitoring* lebih menuju pada output yang dihasilkan media massa atau *feedback* dari media massa. Salah satu jenis dari kegiatan *Media Monitoring* adalah *Press Clipping* atau Kliping Pemberitaan, yang banyak digunakan dalam proses *Public Relations* untuk melakukan penelusuran publisitas pada media cetak.

Press Clipping seringkali dilakukan oleh PR pemula, padahal *Press Clipping* memegang peranan yang cukup penting dalam melihat *feedback* dari pers. Hal ini pun menyebabkan tahapan yang dilakukan dalam *Media Monitoring* hanya sekedar mengkoleksi kliping pemberitaan dan transkrip dari rekaman radio maupun televisi. Gael Walker seorang profesor Universitas Teknologi Sydney dan seorang pendukung evaluasi PR mencatat bahwa "*collection of data is only beginning of research.*"

Analisis yang dilakukan terhadap *Media Monitoring* dapat disebut dengan *Media Content Analysis* atau Analisis Konten Media. Analisis Konten Media paling dasar adalah mengkategorikan pemberitaan berdampak positif/netral/negatif. Walaupun begitu tidaklah mudah dalam memisahkan pemberitaan kedalam tiga kategori tersebut. Karena sebuah berita tidaklah selalu sepenuhnya positif ataupun sepenuhnya negatif sehingga pengkategorian ini pun memerlukan analisis yang lebih lanjut lagi. Analisis juga dapat dilakukan berdasarkan pengukuran secara ilmiah mengenai peningkatan kesadaran atau perubahan pendapat, sikap, dan tingkah laku khalayak mengenal organisasi atau perusahaan. Ada pula penilaian yang lebih ekstrim lagi bahwa keberhasilan program kehumasan harus dinilai berdasarkan evaluasi untuk melihat apakah telah terjadi perubahan ekonomi, politik, atau perubahan sosial pada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui kegiatan media monitoring yang dilakukan Humas pemerintah Kota Cimahi. Penelitian mengenai *media monitoring* sendiri cukup jarang dilakukan dikarenakan sering kali penelitian yang membahas mengenai *media relations* hanya terbatas pada hubungan dengan media. Akan tetapi masih ada beberapa penelitian terkait *media monitoring*, seperti penelitian yang dilakukan oleh Debora Dayu Ajeng Anggrahita. Dimana dia meneliti *media monitoring* yang dilakukan oleh Telkomsel dengan Pemda DIY guna

melihat manakah yang lebih unggul dalam publisitas. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif-kuantitatif (konkruen) untuk membedakan kinerja *Public relations* berdasarkan kriteria publisitas masing-masing institusi yang diukur. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2013 ini menyimpulkan perbedaan tersebut berdasarkan empat unit analisis yakni pertama jangkauan siar aktivitas kliping yang terdiri dari rate media, keberadaan foto dokumentasi, *visual impact* dan *placement of article*; kedua jangkauan wilayah publisitas yang terdiri dari satu kategori yakni jenis media; ketiga nama yang disebutkan dalam artikel dengan kategori penyebutan brand, *spokeperson*, narasumber event dan nama event; keempat pesan keHumasan yang terdiri dari pengertian, tujuan, manfaat dan jangka waktu pelaksanaan event (Anggrahita, 2013).

Adapun penelitian lain yang berjudul *Aktivitas Media Relations* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Dalam temuannya dia menemukan bahwa Humas Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia ternyata dalam mengerjakan tugas kehumasannya dibantu oleh pihak luar yang disebut *Event Organizer* (EO) (Monica, 2012). *Media monitoring* sendiri lebih pada kliping yang kemudian analisis akan dilakukan setiap bulannya yang kemudian dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam pengambilan keputusan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2012).

Penelitian deskriptif merupakan penelitian untuk memberikan uraian mengenai fenomena atau gejala sosial yang diteliti dengan mendeskripsikan tentang nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih berdasarkan indikator-indikator dari variabel yang diteliti tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang diteliti untuk eksplorasi dan klasifikasi dengan variabel yang diteliti (Iskandar, 2013). Jenis penelitian ini tidak memperlakukan tentang asosiatif maupun komparatif antara variabel-variabel penelitian yang ada. Model permasalahan deskriptif yang perlu dijawab melalui hasil penelitian salah satunya dengan cara mendeskripsikan variabel-variabel tertentu berdasarkan indikator-indikator yang menjelaskan variabel (Darmadi, 2014). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antara fenomena yang diselidiki. Dengan metode ini, penulis ingin menggambarkan bagaimana kegiatan *Media Monitoring* yang berlangsung di Humas Pemerintah Kota Cimahi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Observasi sebagai suatu proses melakukan pemilihan, perubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana berkenaan dengan organisme, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris (Bungin, 2011). Secara lebih dalam Observasi atau pengamatan merupakan salah satu teknik pengumpulan data/fakta yang cukup efektif untuk mempelajari suatu sistem. Observasi juga dapat dikatakan sebagai pengamatan langsung para pembuat keputusan atau pengamatan yang dilakukan secara langsung tentang suatu kegiatan tertentu. Pada studi observasi, status sekarang dari fenomena ditentukan tidak dengan memberikan pertanyaan tetapi dengan mengamati (Darmadi, 2014). Observasi

dilakukan secara langsung kepada seluruh staf Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Cimahi.

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dilakukannya wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dimana sang pewawancara memberikan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai. Wawancara adalah pengadministrasian angket secara lisan dan langsung terhadap masing-masing anggota sampel. Apabila wawancara dilakukan dengan baik, ini dapat menghasilkan data yang mendalam yang tidak mungkin didapat dengan angket, pewawancara bisa menyakan lagi untuk jawaban-jawaban yang tidak jelas/kurang lengkap. Akan tetapi, wawancara memerlukan banyak biaya dan waktu meskipun biasanya hanya melibatkan sampel yang lebih kecil. Lagipula, respon yang diberikan oleh objek bisa-bisa terpengaruh oleh reaksi terhadap pewawancara. Oleh karena itu, wawancara memerlukan keterampilan khusus dibanding komunikasi dan "*human relation*" (Darmadi, 2014). Walaupun wawancara adalah proses percakapan yang berbentuk tanya jawab dengan tatap muka, namun wawancara dikatakan pula sebagai suatu proses pengumpulan data untuk suatu penelitian. Wawancara yang dilakukan dapat dibedakan dengan percakapan yang dilakukan sehari-hari. Perbedaan yang dimaksudkan antara lain adalah Pewawancara dan responden biasanya belum saling mengenal sebelumnya, Responden pada umumnya menjawab pertanyaan yang diberikan, Pewawancara adalah orang yang memberikan pertanyaan, Pewawancara tidak menjuruskan pertanyaan kepada suatu jawaban tetapi harus selalu bersifat netral, Pertanyaan yang ditanyakan mengikuti panduan yang telah dibuat sebelumnya. Panduan dari pertanyaan ini sering disebut sebagai *interview guide*. Langkah-langkah dalam melakukan studi wawancara pada dasarnya sama seperti langkah-langkah studi angket, dengan beberapa perbedaan yang unik. Misalnya, dalam langkah pemilihan sampel, pada studi wawancara harus mencakup usaha untuk meningkatkan komitmen dan kerja sama dari subjek yang dipilih (Darmadi, 2014). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada Kepala Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Cimahi yaitu Fithriandy Kurniawan, S.Sos.,

Studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini, penulis juga turut mencari informasi terkait dengan perusahaan tempat penulis melakukan *Job Training*. Adapun sumber informasi penulis dapatkan berupa dokumen-dokumen pemerintahan dan beberapa buku terkait teori yang berkaitan dengan laporan ini.

Teknik Analisis Data, Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan-tahapan analisis data yang menurut Miles dan Huberman terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah dilapangan (Bungin, 2011). Dalam hal ini Nasution menyatakan Analisis telah mulai sejak mulai merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun kelapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang "*grounded*". Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses dilapanganbersamaan dengan pengumpulan data (Sugiyono, 2012).

Validitas Data, Terdapat dua macam validitas penelitian yaitu validitas internal dan validitas eksternal. Validitas internal berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai. Validitas eksternal berkenaan dengan derajat akurasi apakah hasil penelitian dapat digeneralisasikan atau diterapkan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Uji kredibilitas triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber data (atasan, teman, bawahan). Peneliti menguji konsistensi data yang diperoleh melalui triangulasi pengumpulan data yang beragam yaitu wawancara, observasi, dan studi pustaka untuk membantu membangun kredibilitas (Sugiyono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Cimahi dibagi ke dalam tiga bagian yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan *media monitoring* ini semuanya dilakukan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi oleh Diskominfo Pemerintah Kota Cimahi. Humas Pemerintah Kota Cimahi membagi menjadi dua macam pada proses kegiatan media monitoring, yaitu media online monitoring dan media cetak monitoring, dengan tahapan sebagai berikut, yaitu pertama mengumpulkan data dan mendokumentasikan klipping berita dan informasi di media massa (cetak dan *online*), yang kedua mendata jumlah pemberitaan setiap hari, yang ketiga menuliskan nama media, judul berita, dan isi berita, yang keempat melakukan *content analysis* terhadap pemberitaan, yang kelima melakukan penilaian positif dan negatif atas pemberitaan khususnya terkait dengan program pembangunan di kota Cimahi, yang keenam melaporkan hasil analisa isi media dalam format laporan yang sudah tersedia untuk dilaporkan kepada pimpinan disertai catatan *stakeholders* yang berkepentingan atas pemberitaan tersebut, yang ketujuh pimpinan menginstruksikan jika ada hal yang sekiranya perlu ditindak lanjuti atas pemberitaan, dan yang terakhir melaporkan setiap akhir bulan jumlah data, kualitas data dan *trend* pemberitaan tentang cimahi sebagai bahan untuk kebijakan selanjutnya. Kemudian akan dilakukan evaluasi pemberitaan yang dibuat dalam kliping yang berbeda. Selain itu, Humas Pemerintah Kota Cimahi juga membahas berbagai daftar media yang akan menjadi sumber bahan dari kliping tahun ini. Media yang dipilih sendiri mulai dari media cetak seperti koran harian dan koran mingguan, adapun media *online* yang membahas dan memberitakan tentang informasi di Kota Cimahi.

Setelah merencanakan media mana saja yang akan dipakai dan dianalisis menjadi kliping, kegiatan *media monitoring* berlanjut dengan penentuan format yang akan menjadi isi dari kliping harian di Pemerintah Kota Cimahi. Selama ini, format yang dipakai selalu sama dan belum pernah berubah. Perubahan yang dilakukan hanya dalam perubahan *design cover* dari kliping setiap tahunnya. Format yang dipakai selama ini dalam kegiatan *media monitoring* Pemerintah Kota Cimahi adalah seperti berikut, yang pertama Tanggal terbit berita (Tanggal dan Bulan), yang kedua ada Nama media dan yang terakhir harus ada Potongan halaman dari koran. Sedangkan untuk *media online*, format yang digunakan tidak berbeda jauh dengan *media monitoring* cetak. Hanya saja jika dalam media cetak berita yang dipakai merupakan potongan dari koran langsung, dalam media *online* cuplikan media yang dipakai merupakan *screenshot* dari sumber berita tersebut.

Dalam pelaksanaan kegiatan *media monitoring*, Humas Pemkot Cimahi memiliki dua media yang akan di *monitoring*, yaitu media cetak dan media *online*. Pelaksanaan kegiatan *media monitoring* di Pemerintah Kota Cimahi dimulai dengan proses membaca koran. Koran-

koran yang telah ditentukan pada setiap harinya, dipilah dan dibaca satu persatu oleh beberapa *staff* Humas Pemerintah Kota Cimahi. Selain dilaksanakan oleh para *staff*, kegiatan ini juga dibantu oleh para anak PKL (Praktek Kerja Lapangan) agar dapat menghemat waktu dalam membaca dan memotong lembaran berita. Rubrik yang biasa langsung dilihat adalah rubrik tentang Kota Cimahi. Hal ini dikarenakan, biasanya berita-berita yang bersangkutan dengan topik dari Pemerintah Kota Cimahi ditempatkan di rubrik tersebut. Setelah membaca berita dari berbagai media, berita yang masuk kategori dari rubrik diatas, dipotong dan dimuat kedalam klipng. Proses *media monitoring* di Pemkot Cimahi ini masih tergolong tradisional dan masih memakai cara lama, hal ini dikarenakan di beberapa pemerintahan lain, proses media monitoring sudah dilakukan secara digital dan sudah memakai program dalam pelaksanaannya. Hal ini yang membuat, proses *media monitoring* di Pemkot Cimahi masih kurang diperhatikan dan masih dianggap sebagai pekerjaan seadanya saja, walaupun sebenarnya pekerjaan ini bisa dibidang penting karena merupakan proses mengetahui bagaimana pandangan publik terhadap institusi atau organisasi tersebut.

Proses *media monitoring online* tidak jauh berbeda dengan proses media cetak, hanya saja dalam media *online* pencarian berita lebih modern karena menggunakan komputer dan dilakukan dengan lebih praktis. Dalam proses *media monitoring online*, berita yang akan dimuat merupakan berita yang di upload mulai dari pukul 18.00 WIB hingga 10.00 WIB. Hal ini dikarenakan, Humas Pemkot Cimahi menginginkan berita yang masih panas dan sudah tidak basi lagi untuk dibahas. Dalam proses kegiatan media *online* ini, Humas Pemerintah Kota Cimahi lebih memilih para pegawai magang, hal ini dikarenakan Humas Pemerintah Kota Cimahi ingin melatih para anak muda untuk lebih mempelajari teknologi dan lebih *up to date* dengan perkembangan zaman.

Tahap terakhir dari kegiatan *media monitoring* adalah proses evaluasi. Evaluasi dilakukan menjadi dua bagian yaitu evaluasi media cetak dan media online. Setelah membaca dan memotong berbagai macam berita yang dianggap hangat pada hari itu, kemudian dibuat klipng. Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan setiap harinya, akan langsung dilaporkan kepada para petinggi di Pemerintahan Kota Cimahi yang bertujuan untuk langsung dibaca dan disortir, apakah terdapat pemberitaan yang tampaknya tidak sesuai atau tidak benar mengenai berita yang berada di Kota Cimahi. Hal ini dilakukan untuk mengambil tindakan selanjutnya yaitu klarifikasi konten berita. Apabila memang pada hari itu terdapat sebuah berita yang tidak sesuai atau tidak benar, pada hari itu pula Pemerintah Kota Cimahi akan memberikan tindakan pada media yang bersangkutan dengan pemberitaan tersebut agar pemberitaan tersebut bisa diperbaiki dalam edisi berikutnya.

Dari kegiatan *media monitoring*, hasil analisis konten beritanya juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya. Sebagai contoh, apabila ada pemberitaan baik cetak maupun *online* terkait masalah yang ada di wilayah pemerintah kota cimahi, maka dengan adanya media monitoring ini akan dilakukan analisis apakah berita itu benar atau tidak, jika benar akan di teruskan ke pimpinan untuk ditindaklanjuti.

Selain itu kegiatan *media monitoring* di Pemerintah Kota Cimahi dapat menilai bagaimana pandangan masyarakat tentang Pemerintah Kota Cimahi. Seberapa banyak berita positif dan negatif yang diterbitkan oleh suatu media serta seberapa sering suatu media memberitakan tentang kejadian di Kota Cimahi. Dalam menganalisa hal ini, Humas Pemerintah Kota Cimahi menganalisa berita per-hari dalam satu bulan. Pemberitaan yang ada dalam satu hari dirangkum dan dijadikan dalam kolom-kolom yang berisi tentang tanggal pemberitaan, nama media, judul, *tone* (positif dan negatif), dan program (pemberitaan bersangkutan dengan dinas bagian apa).

Laporan ini dirangkum tiap bulan dan disimpan guna menjadi dokumentasi selain berita kliping. Rangkuman ini digunakan untuk mensortir permasalahan dalam satu bulan, dan untuk menjadi alat untuk mengcounter bila dalam suatu saat Pemerintah Kota Cimahi ini mendapat serangan berita-berita yang negatif.

SIMPULAN

Kegiatan media monitoring yang dilakukan Humas Pemkot Cimahi terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan kegiatan *media monitoring* di Pemerintahan Kota Cimahi dilakukan pada setiap bulan. Dengan membahas media yang akan menjadi target dan menjadi bahan dari kliping harian. Penentuan dilakukan dengan melihat tingkat pemberitaan dari media-media tersebut pada tahun sebelumnya. Media yang dipilih juga berasal dari media cetak dan media *online* yang bersinggungan dan sering membahas topik tentang Kota Cimahi.

Pelaksanaan kegiatan *media monitoring* dilaksanakan oleh *staff* Humas Pemerintah Kota Cimahi, dan dalam pelaksanaannya, Humas mengidentifikasi berita Kota Cimahi pada media-media yang telah ditentukan dalam proses perencanaan. Setelah mencari dari media cetak, kegiatan media monitoring mencari pemberitaan dari media *online* yang memuat berita dari pukul 18.00 hingga 10.00 WIB. Hal ini dilakukan guna mencari berita terkini. Setelah mencari berbagai berita, kumpulan berita itu akan dijadikan dalam satu kliping yang akan menjadi rangkuman dari berita pada hari itu, untuk dikirim dan dibaca oleh petinggi yang ada di Pemkot Cimahi guna menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dari kebijakan Pemerintah Kota Cimahi.

Setelah pelaksanaan *media monitoring* berlangsung, kliping yang disusun menjadi bahan evaluasi yang bertujuan untuk mengklarifikasi pemberitaan, sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan berikutnya, dan sebagai alat untuk mengukur opini publik dari masyarakat terhadap Pemerintah Kota Cimahi. Selanjutnya, dalam proses evaluasi akan dilakukan analisa dari pemberitaan per-harinya yang akan digunakan untuk mensortir permasalahan setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrahita, D. D. A. (2013). *Analisis Perbedaan Kinerja Public Relations Institusi Pemerintah dan Perusahaan ditinjau dari Publisitas di Media Surat Kabar Kasus di Pemda DIY dan Telkomsel di Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Darmadi, H. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Teori konsep Dasar dan Implementasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Iskandar. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Ciputat Mega Mall.
- Monica, L. (2012). *Aktivitas Media Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia*. Universitas Indonesia.
- Nurdiansyah, A., & Kartika, R. (2020). PENERAPAN MEDIA RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI KEMENTERIAN PERTANIAN REPUBLIK INDONESIA. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 48–57. Retrieved from <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/JEP/article/view/1519/789>

- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Setiawan, D. (2019). Cimahi Dapat Penghargaan Top 99 Sinovik dari Kemenpan RB. Retrieved September 1, 2019, from www.galamedianews.com website:
<https://www.galamedianews.com/?arsip=228637&judul=cimahi-dapat-penghargaan-top-99-sinovik-dari-kemenpan-rb>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.