

The Activity Of Media Public Relations Monitoring Financial Management Agency Haji Republic Indonesia

Raihan Falah*, Erik Setiawan

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*falahrpahlewi@gmail.com, erik.setiawan@unisba.ac.id

Abstract. Media online monitoring aims to analyze the does not reflect the objective facts or news hoax about bpkh hopefully with a monitoring to prevent negative news in the citizens as people. readers Media monitoring done by public relations BPKH control media news online that contain the truth about the funds in Indonesia. The purpose of research to know: 1) process of the activity of the media monitoring financial management by the republic of indonesia, haji way 2) financial management board haji republic of indonesia in analyzing isu-isu news at, online media and 3) monitoring process if there is a clerical error in the news that is out there. This research in a qualitative approach descriptive. Study could apply Data mining techniques such as using interviews, observation documentation and the study of literature available. This research has the main subject three employees financial management board haji republic of indonesia. The theory used two way asymmetric, two directions and social construction (Berger). Drawing conclusions: The media monitoring conducted the BPKH state monitoring by means of false news, hoax, negative, monitoring positive news. A BPKH state to analyse issue news at the online media, analyzing the keyword and read the manual, memfilter online in the news media, the positive and negative news map. The process of monitoring when there was a mistake of writing in the news that has spread by means of clarifying the story is not true, counter online media who created the hoax , exercising the right answer in online media.

Keywords: *Media Monitoring, Public Relations, Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia (BPKHRI).*

Abstrak. Media monitoring online bertujuan untuk menganalisis pemberitaan yang tidak sesuai fakta objektif, atau berita hoax tentang BPKH sehingga dengan adanya monitoring dapat mencegah berita yang negatif di mata masyarakat sebagai khalayak pembacanya. Media monitoring yang dilakukan oleh public relations BPKH mengontrol pemberitaan media online yang memuat isu yang tidak benar seputar dana haji di Indonesia. Tujuan penelitian untuk mengetahui: 1) Proses aktivitas media monitoring yang dilakukan Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia, 2) Cara Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia dalam menganalisis isu-isu berita pada media online, dan 3) Proses monitoring apabila ada kesalahan penulisan dalam berita yang sudah tersebar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mengaplikasikan pendekatan studi deskriptif. Teknik pengambilan data berupa menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Penelitian ini memiliki subjek utama tiga karyawan Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia. Teori yang digunakan two way asymmetric (asimetris dua arah), dan kontruksi sosial (Berger). Hasil : Proses aktivitas media monitoring yang dilakukan Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia dengan cara monitoring berita palsu, hoax, negatif, monitoring berita positif. Cara Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia dalam menganalisis isu-isu berita pada media online yaitu, menganalisis isi keyword dan membaca manual, memfilter isi berita media online, memetakan isi berita positif dan negative. Proses monitoring apabila ada kesalahan penulisan dalam berita yang sudah tersebar dengan cara mengklarifikasi berita yang tidak benar, counter media online yang menciptakan berita hoax, menggunakan Hak Jawab pada media online.

Kata Kunci: *Media Monitoring, Public Relations, Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia (BPKHRI).*

A. Pendahuluan

Media monitoring sebagai aktivitas pengontrolan *public relations* dengan tujuan menciptakan evaluasi atau klarifikasi dari segala bentuk kegiatan media *relations*. Sebab, apabila *media relations* dilakukan dengan baik oleh seorang *public relations* maka akan timbulnya *feedback* yang baik pula bagi instansi atau perusahaan melalui suatu pemberitaan. Media monitoring sebagai bentuk aktivitas pekerjaan seorang *public relations* dalam memantau atau mengawasi media massa, televisi, cetak, radio, ataupun *online*.

Artinya, media monitoring adalah proses yang meliputi membaca dan menganalisa teks pada artikel ataupun berita di surat kabar, berita online dan lain sebagainya. Proses ini dilakukan secara terus menerus untuk menjalankan kegiatan *public relations* sebagai pengawasan informasi yang beredar serta pencarian informasi untuk suatu perusahaan atau instansi.

Aktivitas media monitoring dilakukan oleh seorang *public relations* untuk mengantisipasi awal dari suatu berita atau artikel pada iklan dan postingan tertentu, menyangkut peristiwa, mengenai siapa, mengenai mengapa dapat terjadi, sumber yang berkaitan serta apa dampak yang akan terjadi. Oleh karena itu, tujuan media monitoring untukantisipasi awal apabila ada informasi yang tersebar mengenai suatu perusahaan atau instansi itu sendiri.

Salah satu aktivitas media monitoring adalah bidang Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia dalam memberantas berita *hoax online* di instagram dimana kasus tersebut sempat menjadi sorotan publik yang dapat meresahkan masyarakat di masa pandemi. Adanya aktivitas media monitoring di kelola Humas BPKHRI di harapkan menjadi informasi penting bagi masyarakat khususnya bagi calon haji yang sampai sekarang masih berkendala dengan covid-19. Sehingga media monitoring menjadi media informasi penting bagi masyarakat. Khususnya bagi calon haji tentang dana haji yang secara transparansi sering di posting di akun @bpkhpi dan menginformasikan di media massa seperti cetak, elektronik, maupun media sosial saat ini.

Aktivitas media monitoring bidang Humas BPKHRI yang selalu mengontrol pemberitaan yang tidak benar mengenai dana haji, sehingga dengan adanya media monitoring di harapkan menjadi acuan penting bagi publik atau masyarakat tentang informasi dana haji yang sering di beritakan oleh media *online* di selewengkan, padahal menurut Humas BPKHRI tersimpan dengan baik dan bisa di ambil kembali bagi masyarakat yang tidak jadi haji. Media monitoring Humas BPKHRI merepresentasikan bahwa perlunya mewaspadaai pemberitaan *hoax* di media *online* yang dapat merugikan masyarakat itu sendiri.

Penelitian ini, menggunakan metode kualitatif deskriptif yang hanya memaparkan sebuah peristiwa yang berkaitan dengan aktivitas media monitoring bidang Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia tentang kesalahan penulisan berita di media *online*. Hal-hal yang akan di bahas berupa tahapan aktivitas media monitoring yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia, bagaimana proses dalam menganalisis isi berita media *online* yang dilakukan oleh Bidang Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia, serta mengupas tentang tindakan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia jika ada kesalahan isi berita yang sudah tersebar.

Karena hal-hal di atas tersebut membuat peneliti menjadi tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai aktivitas seperti apa yang dilakukan seorang praktisi Humas di lembaga pemerintahan dalam monitoring kesalahan penulisan berita pada berita media *online*, apakah memiliki kegiatan yang khusus dalam penanganan adanya kesalahan penulisan dalam berita media *online* tersebut. Salah satunya yaitu pada Humas Badan Pengelola Keuangan Haji. Sesuai uraian latar belakang masalah ini, maka fokus dan pertanyaan penelitian sbb:

1. Bagaimana tahapan aktivitas media monitoring yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia?
2. Bagaimana proses menganalisis isi berita media online yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia?
3. Bagaimana tindakan yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia jika ada kesalahan isi berita yang sudah tersebar?

B. Metodologi Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan tanpa melalui prosedur statistik, dan menekankan kualitas objek yang diteliti. Penelitian kualitatif deskriptif menekankan pada kualitas dari objek yang diteliti dan fokus pada pengungkapan makna serta pengalaman subjek penelitian terhadap fenomena yang ada atau dapat dikatakan penelitian kualitatif mendapatkan data sesuai dengan yang diperoleh dari lapangan secara *real* (Sukmadinata, 2006 :111)

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan Studi Deskriptif. Pendekatan ini merupakan salah satu pendekatan penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena alamiah maupun buatan manusia. Fenomena tersebut bisa saja berupa aktivitas, karakteristik, bentuk, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan dengan fenomena lainnya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berlandaskan hasil temuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, tahapan selanjutnya menganalisa hasil pembahasan yang berfokus pada “aktivitas media monitoring Bidang Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia” yang diantaranya sebagai berikut:

Tahapan Aktivitas Media Monitoring yang Dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia

Berlandaskan temuan penelitian tahapan aktivitas media monitoring Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia, dalam prosesnya terbagi tiga tahap yang pertama menggunakan *tools* untuk mencari *keyword* dari berbagai macam berita media *online*. Baik pemberitaan positif, maupun pemberitaan secara negatif (berita palsu/*hoax*). Tujuan penggunaan *tools*, untuk mempermudah pencarian data bahasa, kata, judul yang menyangkut tentang BPKH. Sehingga dengan adanya *tools* dapat memudahkan pendikteksian setiap pemberitaan media online mengenai PBKH.

Tools dalam media monitoring di zaman teknologi hari ini sangat diperlukan sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan untuk mencari kata kunci informasi yang penting dalam membangun citra organisasi baik *public relations* perusahaan ataupun kelembagaan (Zeembry, 2013 : 212).

Pentingnya *tools* dalam media monitoring di zaman teknologi hari ini disebabkan untuk lebih mempermudah Humas BPKH untuk mengakses berita yang sangat diperlukan sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan untuk mencari kata kunci informasi yang penting dalam membangun citra.

Tahapan ke dua bekerjasama dengan vendor dalam akses berita, dilakukan oleh pimpinan Humas yang sebelumnya sudah di rapatkan dan atas dasar keputusan tim dan devisi yang terlibat untuk menggunakan vendor sebanyak dua kali pada masa BPKH baru di bentuk.

Melalui kerjasama dengan vendor dalam mengakses berita dapat mempermudah dan mempercepat informasi berita yang diinginkan dan dibutuhkan di terima dengan cepat. Pada dasarnya tugas vendor memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Sifat vendor adalah memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan perusahaan, atau kelembagaan sesuai dengan apa yang dipesannya (Kursini, 2011 : 21)

Seperti kutipan di atas dalam situasi tertentu pihak Humas BPKH dalam pencarian pemberitaan memerlukan kerjasama dengan vendor. Adanya vendor dapat mempercepat mendapatkan laporan berita *online* yang dibutuhkan Humas BPKH baik berita yang mengandung unsur *hoax* ataupun berita positif baik mendapatkan dan melaporkan harian, bulanan yang terkait pemberitaan negatif yang berat seperti berita *hoax* terkatn BPKH, dan haji, dan lain sebagainya.

Sementara tahapan terakhir adalah tim Humas dan devisi yang terlibat dalam media monitoring satu sama lainnya diwajibkan membaca secara langsung, membaca ulang pemberitaan media online yang menyangkut BPKH di baca secara manual atau konvensional. Adapun pemberitaan yang di baca setiap hari, minggu dan bulanan adalah informasi berita berbagai macam media online yang memberitakan semua tentang BPKH seperti berita dana haji, keberangkatan haji, dan pemberitaan tentang BPKH yang lainnya. Baik mengandung berita

positif maupun negatif.

Membaca ulang setiap berita secara manual atau konvensional dapat menarik dan mempermudah analisis isi pesan, data, dari setiap informasi yang dibutuhkan. Sekalipun saat ini, setiap berita bisa dengan cepat di akses oleh aplikasi, *tools*. Akan tetapi banyak kekurangannya karena aplikasi tidak akan mengeksplor kebutuhan secara detail dan merata, artinya dalam konteks analisa berita perlunya membaca isi berita secara manual atau konvensional (Abrar, 2016 : 88).

Pentingnya membaca ulang setiap pemberitaan yang di dapat oleh Humas BPKH di media online. Baik membaca ulang tentang berita baik atau berita buruk tentang BPKH. Membaca ulang di zaman teknologi serba canggih saat ini juga sangat di perlukan, dan penting karena membaca ulang setiap berita secara manual atau konvensional dapat menarik dan mempermudah analisis isi pesan, data, dari setiap informasi yang dibutuhkan.

Proses Menganalisa Isi Berita Media*Online* yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia

Berlandaskan temuan penelitian bahwa proses pertama yang dilakukan Humas yaitu menganalisis isi *keyword* dan membaca manual dari berbagaimacam berita *online* tentang BPKH, proses ini dilakukan untuk lebih jelas pemilihan *keyword* dari semua berita yang di sajikan media *online*.

Analisis isi pesan berita pada media sebagai bagian dari pembentuka data di mana prosesnya secara jelas akan mendapatkan isi pesan berita yang disampaikan dan di pahami. Sebuah organisasi baik kelembagaan, atau perusahaan akan bisa menjawab dan membantah semua masalah dari isu negatif yang di beritakan oleh media online sehingga dengan adanya analisis isi public relations akan mudah meng-counter, menuntut hak jawab, dan lain sebagainya pada setiap media yang memberitakan kurang baik atau *hoax* (Suprawoto, 2018:44).

Sesuai dengan kutipan dapat di simpulkan bahwa adanya proses analisis isi pesan berita pada media online yang dilakukan oleh Humas BPKH sebagai bagian dari pembentukan data. Proses kedua berupa memfilter setiap isi berita media *online*, dalam hal ini Humas dan divisi yang terlibat dalam menangani media mediator BPKH seringkali memfilter setiap *kuote* berita, atau isi berita yang ada pada *tools*. Humas mengakui dengan adanya filter media akan lebih bisa membaca arah isi berita yang di disampaikan, serta media online mana yang dapat memengaruhi publik atau tidak.

Media monitoring sebagai bentuk pemantauan informasi yang disebarkan oleh media online atau offline sehingga berfungsi untuk mengetahui nilai baik atau buruknya sebuah berita yang disajikan. Hendry Rakhmadi, membagi media monitoring kepada lima bagian:

1. Kontrol dan analisis berita sesuai dengan potongan berita.
2. Selalu mengontrol isi berita yang tersaji dengan *up to date*.
3. Menganalisis berita dengan menggunakan metode secara multimedia.
4. Membuat laporan hasil analisa serta menjadi rekomendasi yang jelas sesuai hasil analisis.
5. Proses analisis berita di tentukan dengan jelas sesuai dengan data objektif (Rangkuti, 2011 :112)

Artinya proses menganalisis isi berita media *online* yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia dalam memonitoring segala bentuk pemberitaan positif, ataupun negatif tentang BPKH sebagai bentuk pengontrolan berita sesuai dengan potongan berita yang menyangkut BPKH.

Proses ke tiga adanya pemetaan isi berita baik yang positif, maupun negatif. Pemetaan isi berita, bertujuan untuk lebih memudahkan bagian media *online* yang memberitakan positif.

Pemetaan dalam proses analisis isi berita akan menghasilkan simpulan atau intisari yang dapat memudahkan public relations mengetahui isu yang diberitakan oleh media. Pemetaan sebagai bagian dari cara dan strategi untuk memudahkan PR dalam menafsirkan baik dan buruknya suatu pesan dalam berita (Suprawoto, 2018:61).

Kutipan menjelaskan bahwa pemetaan dalam proses analisis isi berita akan menghasilkan simpulan atau intisari yang dapat memudahkan *public relations* mengetahui isu

yang diberitakan oleh media. Pemetaan sebagai bagian dari cara dan strategi untuk memudahkan PR dalam menafsirkan baik dan buruknya suatu pesan dalam berita. Tujuan adanya pemetaan isi berita agar memudahkan bagian media *online* yang memberitakan positif, serta dengan adanya pemetaan bisa menciptakan strategi untuk mengklarifikasi, meng-*counter*, serta menuntut hak jawab pada media-media *online* yang memberitakan KPHK.

Tindakan Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia Jika Ada Kesalahan Isi Berita yang sudah Tersebar

Tindakan yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia jika ada kesalahan isi berita yang sudah tersebar. Pertama Humas akan menghubungi, mempertanyakan, isi berita media *online* menyangkut berita *hoax*, dengan cara meng-*counter* media yang bersangkutan, mengklarifikasi dengan hak jawab pada media *online* yang memberikan salah tentang BPKH. Tujuan adanya tindakan tegas dari Humas agar media online tidak mengulangi kesalahan, memberitakan informasi *hoax* yang akan berakibat fatal pada masyarakat khususnya jama'ah haji yang uang DP-nya di kelola oleh BPKH.

Mengklarifikasi berita yang dilakukan *public relations* pada media *online* atau *offline* perihal isu yang tidak objektif, dan tidak sesuai fakta yang jelas, dapat di wujudkan dengan mengajukan hak jawab. *Public relations* wajib menuntut dan mempertanyakan alasan media memberitakan sesuatu yang tidak sesuai sehingga dengan hak jawab, tuntutan PR dapat bisa di jawab dan di pertanggungjawabkan oleh media yang bersangkutan (Rangkuti, 2011 :89).

Tindakan Humas pada media *online* yang memproduksi teks berita *hoax* dengan cara bertanya alasan membuat berita *hoax*, serta memberikan peringatan dan arahan pada media yang bersangkutan. Sehingga beritanya harus segera di klarifikasi oleh si media *online*, dengan tujuan agar khalayak pembaca tidak beropini buruk tentang BPKH.

Melalui tindakan kepada media yang sudah menyebar berita bohong sebagai bagian dari media monitoring, yang dimana Humas BPKH menindak, memantau pembuatan berita yang mengancam reputasi dan citra dari BPKH. Selain itu hal yang di utamakan yang dilakukan Humas dalam menindaklanjuti pemberitaan *hoax*, salah satunya dengan cara segera mengklarifikasi media *online* yang memberitakan *hoax* tentang BPKH, memperingati, dan menjelaskan dengan baik. Sehingga dengan hal itu, secara tegas media *online* harus bisa merubah berita dan mengklarifikasi berita buruk yang dibuatnya. Tujuannya, agar khalayak pembaca tidak berpandangan buruk tentang BPKH karena terpengaruhi oleh berita *hoax* itu sendiri.

D. Kesimpulan

Simpulan ini, bagian dari intisari temuan dan pembahasan penelitian yang sebelumnya, telah dianalisis pada Bab IV. Lebih jelasnya sbb:

Tahapan aktivitas media monitoring Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia, dalam prosesnya terbagi tiga tahap yang pertama menggunakan *tools* untuk mencari *keyword* dari berbagai macam berita media online. Baik pemberitaan positif, maupun pemberitaan secara negatif (berita palsu/*hoax*). Tahapan ke dua bekerjasama dengan vendor dalam akses berita. Penggunaan vendor ini bertujuan memudahkan berita media *online* cepat di dapat, karena tugas vendor hanya melaporkan berita media *online* baik dan buruk tentang BPKH secara harian, mingguan, dan bulanan. Tahapan terakhir adalah tim Humas dan devisi yang terlibat dalam media monitoring satu sama lainnya diwajibkan membaca secara langsung, membaca ulang pemberitaan media *online* yang menyangkut BPKH di baca secara manual atau konvensional.

Proses menganalisis isi berita media *online* yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia. Proses pertama Humas menganalisis isi *keyword* dan membaca manual dari berbagaimacam berita *online* tentang BPKH. Proses kedua memfilter setiap isi berita media *online*. Humas mengakui dengan adanya filter media akan lebih bisa membaca arah isi berita yang di sampaikan, serta media *online* mana yang dapat memengaruhi publik atau tidak. Pemetaan isi berita, bertujuan untuk lebih memudahkan bagian media *online* yang memberitakan positif dan berita negatif atau *hoax*.

Tindakan yang dilakukan oleh Humas Badan Pengelola Keuangan Haji Republik Indonesia jika ada kesalahan isi berita yang sudah tersebar. Pertama Humas akan menghubungi, mempertanyakan, isi berita media *online* menyangkut berita *hoax*, dengan cara meng-*counter* media yang bersangkutan, mengklarifikasi dengan hak jawab pada media *online* yang memberikan salah tentang BPKH. Tujuan adanya tindakan tegas dari Humas agar media online tidak mengulangi kesalahan, memberitakan informasi *hoax* yang akan berakibat fatal pada masyarakat khususnya jama'ah haji yang uang DP-nya di kelola oleh BPKH.

Daftar Pustaka

- [1] Abrar, A.N., 2016, *Menatap Masa Depan Jurnalisme Indonesia*, Yogyakarta:
- [2] Gadjah Mada University Press.
- [3] Ardianto, Elvinaro (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung : Simbosa Rekatama Media.
- [4] A Shofura, M Chatamallah, 2019 “Implementasi Pendekatan New-Corporate Relation dalam Membina Hubungan dengan Stakeholder” dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [5] A, Yuningsih, 2003 “*Urgensi Pembaharuan Strategi Kehumasan*” Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan 19 (1), 58-75
- [6] Danandjaja, 2011. *Sosiologi Komunikasi (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Makasar. CV.Loe.
- [7] Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [8] Kursini, D. S. 2011. *Vendor Performance Assesment*. Jakarta: PT. Dian Rakyat, Jakarta
- [9]
- [10] Kriyantono, R. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika
- [11] Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- [12]
- [13] Rangkuti, Freddy. 2011. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [14] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [15]
- [16] Sukmadinata (2006) *Metode Penelitiian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [17] Suprawoto. 2018. *Government Public Relations Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [18] Zeembry, dkk., 2013, *Tips Mastering Professional Web Design*, Jakarta: PT ElexMedia Komputindo.
- [19] Irabella, Laranty. 2021. *Manajemen Krisis Public Relations PT. X Kota Pekanbaru pada Pengunduran Haji dan Umrah di Era Pandemi Covid-19*. Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.