Manajemen Isu Humas Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam Menangani Isu-Isu Regulasi Penyiaran
selama 2019-2024
Abidatu Lintang Pradipta, Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

MANAJEMEN ISU HUMAS KOMISI PENYIARAN INDONESIA PUSAT DALAM MENANGANI ISU-ISU REGULASI PENYIARAN SELAMA 2019-2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui proses manajemen isu Humas Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP) dalam menangani isu-isu regulasi penyiaran selama 2019–2024. Berbagai isu berkembang, antara lain #BubarkanKPI, penayangan pernikahan Atta–Aurel, kemunculan Fajar Sadboy, tayangan azan Ganjar Pranowo, hingga revisi Undang-Undang Penyiaran Tahun 2024, menjadi tantangan Humas KPIP untuk menjaga reputasi dan kepercayaan publik. Penelitian ini menggunakan teori manajemen isu (Chase, 1984) sebagai kerangka utama. Konsep lain yang digunakan adalah konsep humas dalam organisasi, aspek fungsional humas, dan implementasi komunikasi publik pada era digital sebagai landasan analisis dan diskusi penelitian. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus ganda (*multiple case study*) menurut Robert E. Stake. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik *within-case analysis* per kasus isu dan *cross-case analysis* untuk menemukan *merged findings*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas KPIP telah melaksanakan seluruh tahapan manajemen isu, yaitu identifikasi isu, analisis isu, perumusan strategi dan pelaksanaan aksi komunikasi, serta evaluasi. Namun, implementasinya dipengaruhi oleh karakter birokrasi organisasi. Selain itu, Humas KPIP menjalankan fungsi sebagai penghubung organisasi dengan publik, menjalankan pemantauan isu, *environmental scanning*, menyusun strategi komunikasi, dan diseminasi informasi secara digital. Penelitian ini juga menemukan bahwa praktik komunikasi publik digital telah dimanfaatkan humas KPIP untuk memperkuat penyebaran informasi dan pengelolaan isu. Namun, pelaksanaannya masih didominasi pola komunikasi yang bersifat reaktif secara narasi dan birokratis secara proses.

Kata Kunci: Manajemen Isu, Humas, Komisi Penyiaran Indonesia, Regulasi Penyiaran, Studi Kasus.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Manajemen Isu Humas Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam Menangani Isu-Isu Regulasi Penyiaran
selama 2019-2024**
Abidatu Lintang Pradipta, Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PUBLIC RELATIONS ISSUE MANAGEMENT OF THE CENTRAL INDONESIAN BROADCASTING COMMISSION IN ADDRESSING BROADCASTING REGULATION ISSUES FROM 2019 TO 2024

Abstract

This study aims to examine the issue management process of the Public Relations Division of the Indonesian Broadcasting Commission (KPI Central) in addressing broadcasting regulatory issues from 2019 to 2024. A series of public controversies, including #BubarkanKPI, the televised Atta–Aurel wedding, the emergence of Fajar Sadboy, the Ganjar Pranowo call-to-prayer broadcast, and the 2024 amendment to the Broadcasting Law, posed significant challenges for KPI Central's Public Relations Division in maintaining the institution's reputation and public trust. This study employs Chase's (1984) Issue Management Theory as its primary theoretical framework. Supporting concepts, including public relations within organizations, the functional aspects of public relations, and digital public communication, are used as analytical and discussion frameworks. The research adopts a constructivist paradigm with a qualitative approach using Robert E. Stake's multiple case study method. Data were collected through in-depth interviews and document analysis, and analyzed using within-case analysis for each issue and cross-case analysis to generate merged findings. The findings reveal that KPI Central's Public Relations Division implemented all stages of issue management, namely issue identification, issue analysis, strategy formulation and communication action, and evaluation. However, their implementation was shaped by the organization's bureaucratic characteristics. Furthermore, the Public Relations Division served as a boundary-spanning function by monitoring issues, conducting environmental scanning, formulating communication strategies, and disseminating information through digital platforms. The study also found that digital public communication has strengthened issue management and information dissemination, although its implementation remains characterized by reactive communication narratives and bureaucratic decision-making processes.

Keywords: *Issue Management, Public Relations, Indonesian Broadcasting Commission, Broadcasting Regulation, Case Study.*