

**PERAN STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DALAM PENGELOLAAN
ISU-ISU NEGATIF PADA MEDIA SOSIAL KANTOR PERTANAHAN
KOTA ADMINISTRASI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Sebutan Sarjana Terapan di
Bidang Pertanahan Program Studi Diploma IV Pertanahan



Disusun Oleh:

AGI LUGINA OKTAVYANA

NIT. 22314356

**KEMENTERIAN AGRARIA DAN TATA RUANG/
BADAN PERTANAHAN NASIONAL
POLITEKNIK AGRARIA STPN**

2026

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed the pattern of public communication within government institutions, particularly in managing negative issues on social media. Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan faces various communication challenges, including public service complaints, allegations of maladministration, and misinformation regarding the Electronic Land Certificate program. These conditions have made social media a strategic platform with the potential to influence the institution's reputation. Therefore, this study aims to analyze the Public Relations communication strategy in detecting negative issues, examine content planning and digital message development, and identify the supporting and inhibiting factors in managing issues on social media.

This study employed a descriptive qualitative approach with a case study strategy. Data were collected through in-depth interviews, observation of the @kantahkotajakartaselatan Instagram account, and analysis of internal documents. Informants were selected using purposive sampling and consisted of the Head of the Administrative Subdivision, the Public Relations Coordinator, and the social media administrator. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, while data validity was ensured through triangulation and member checking.

The findings indicate that issue detection is carried out through the implementation of the ATR/BPN Strategic Communication (STRAKOM) guidelines adapted to the local context, daily monitoring of social media, the Online Complaint Application (OCA), SP4N-LAPOR!, and formal complaint channels. Content planning is focused on educating the public about land services by utilizing more than 100 daily complaints submitted through OCA as a source of content ideas. Supporting factors include trust between leaders and the communication team, adequate budget and infrastructure, and the digital records provided by OCA and SP4N-LAPOR!, while the main obstacles are limited human resources, the absence of written Standard Operating Procedures (SOPs), and negative public perceptions of the National Land Agency (BPN).

Keywords: *digital communication strategy, negative issue management, social media, government public relations, land office, ATR/BPN Strategic Communication (STRAKOM), issue management.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT	viii
INTISARI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Kajian Literatur.....	8
B. Kerangka Teoritis.....	16
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Pertanyaan penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Format Penelitian.....	29
B. Lokasi Objek Penelitian	29
C. Penentuan Informan Penelitian	30
D. Definisi Operasional.....	31
E. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	33
F. Teknik Analisis Data	36
G. Keabsahan Data	39
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	40
A. Gambaran Umum Kota Administrasi Jakarta Selatan	40
B. Profil Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan	43

BAB V STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENDETEKSI POTENSI ISU NEGATIF PADA MEDIA SOSIAL	51
A. Perumusan Strategi Komunikasi dalam Menetapkan Tujuan Komunikasi.....	51
B. Pemantauan Percakapan pada Media Sosial	55
C. Pemaknaan Temuan Sentimen Publik pada Media Sosial	71
D. Sintesis Temuan Penelitian	74
BAB VI PERENCANAAN KONTEN DAN PENGEMASAN PESAN DIGITAL BIDANG PERTANAHAN	77
A. Perencanaan Konten Digital Informasi Layanan Pertanahan	77
B. Pengemasan Pesan Digital Informasi Layanan Pertanahan	80
C. Penyesuaian Konten dan Pesan Digital terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat di Bidang Pertanahan	87
D. Sintesis Temuan Penelitian.....	93
BAB VII FAKTOR PENDUKUNG DAN HAMBATAN DALAM PENGELOLAAN ISU NEGATIF PADA MEDIA SOSIAL.....	97
A. Faktor Pendukung Internal.....	97
B. Faktor Pendukung Eksternal	100
C. Hambatan Internal	101
D. Hambatan Eksternal.....	104
E. Strategi Optimalisasi dalam Merespons Hambatan.....	106
F. Sintesis Hasil Temuan Penelitian	108
BAB VIII PENUTUP	112
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	122

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dalam sepuluh tahun terakhir telah mengubah secara mendasar cara pemerintahan beroperasi, menggeser paradigma pelayanan publik dari model birokrasi kaku menuju e-government yang partisipatif. Di era pelayanan publik yang mengedepankan konsep industri 4.0, pemerintah dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dengan membuka saluran komunikasi yang transparan dan partisipatif. Era ini ditandai oleh integritas teknologi digital cerdas dalam proses produksi untuk membangun "pabrik cerdas" yang meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan fleksibilitas melalui penerapan otomatisasi berbasis kecerdasan buatan dan pertukaran data secara real-time, transformasi digital dalam industri dapat meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, serta fleksibilitas proses produksi (Pratama dkk. 2022). Hal ini sejalan dengan meningkatnya akses internet di Indonesia yang berpengaruh dalam membentuk pola pikir, perilaku, budaya, dan interaksi sosial di masyarakat modern. Lembaga pemerintah yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan digital ini berpotensi kehilangan relevansi dan kepercayaan masyarakat, terutama di area penting yang berhubungan langsung dengan hak-hak dasar warganya (Nugraha, 2018).

Dalam suatu instansi pemerintahan, fungsi hubungan masyarakat (humas) merupakan garda terdepan dalam pelaksanaan komunikasi publik serta penyebarluasan informasi kepada masyarakat. Namun dalam penelitian Lani & Handayani (2021) menyebutkan bahwa peran humas di lembaga pemerintah saat ini tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi satu arah, tetapi sudah berkembang menjadi bagian dari manajemen strategis. Dalam era informasi yang penuh disrupsi, humas memiliki peranan penting dalam mengembangkan opini masyarakat, menjaga reputasi, dan membangun kepercayaan antara negara dengan rakyatnya. Perkembangan teknologi kecerdasan buatan *Artificial Intelligence/AI* turut mengubah lanskap kerja humas pemerintahan, di mana pemanfaatan AI kini memungkinkan analisis sentimen publik secara real-time, otomatisasi distribusi

informasi, mengotomatisasi banyak proses kreatif, mempercepat waktu produksi, dan mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas (Alam & Haikal, 2024). Adanya strategi komunikasi yang mumpuni merupakan keharusan, mengingat masyarakat sekarang mempunyai kekuatan untuk memantau dan mengkritik tindakan pemerintah secara langsung melalui platform media sosial. Ketidakmampuan dalam mengelola komunikasi publik dapat menimbulkan konsekuensi serius, mulai dari munculnya pandangan negatif hingga meningkatnya ketidakpuasan masyarakat yang dapat mengancam kestabilan dalam pelayanan.

Strategi komunikasi adalah suatu rencana terstruktur yang dirancang untuk menyampaikan pesan kepada audiens dengan tujuan tertentu (Stefani Nurul Husna & Eceh Trisna Ayuh, 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh Febriandy & Wahyutama (2025) yang mengungkapkan bahwa dalam konteks tersebut, strategi komunikasi publik menjadi instrumen penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap prosedur, persyaratan, biaya, dan kebijakan layanan pertanahan. Namun, realitas menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi publik pemerintah seringkali gagap dalam menghadapi krisis yang muncul dari media sosial. Fenomena "*no viral no justice*" mengindikasikan adanya sumbatan komunikasi pada saluran formal, sehingga masyarakat memilih menumpahkan kekecewaan mereka secara terbuka di media sosial. Menurut Irhamdhika dkk (2025), bagi instansi pelayanan publik, kegagalan dalam mendeteksi dan merespons sentimen negatif ini dapat memicu krisis kepercayaan yang serius. Humas dituntut memiliki kepekaan krisis (*crisis sensitivity*) untuk memitigasi isu sebelum berkembang menjadi konflik terbuka yang merugikan.

Sektor pertanahan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang paling rentan terhadap konflik dan sengketa karena menyangkut aset ekonomi yang bernilai tinggi. Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) menghadapi tantangan komunikasi yang kompleks, mulai dari isu mafia tanah, sengketa kepemilikan, hingga tumpang tindih lahan amat diperlukan guna membantu penyelesaian sengketa pertanahan secara permanen (Septiyanto dkk. 2023). Dalam kompleksitas masalah ini menuntut strategi komunikasi yang presisi agar informasi yang sampai ke masyarakat tidak bias dan memicu kegaduhan. Hal ini sejalan dengan pendapat Ruslan 2008:16 dalam (Sandry &

Soelistyowati, 2025) bahwa humas BPN adalah sebuah disiplin ilmu dan seni yang harus mampu menjadi jembatan informasi yang valid melalui upaya komunikasi yang efektif dengan stakeholder organisasi di tengah simpang siur isu pertanahan.

Menurut Irvan dkk (2014), masalah pertanahan merupakan isu yang rumit dan sensitif sehingga Kementerian ATR/BPN mendorong kebijakan digitalisasi sebagai wujud *good governance* untuk memulihkan kepercayaan publik. Namun, fakta di lapangan menunjukkan isu negatif tidak hanya terkait layanan digital, melainkan juga proses penyelesaian berkas, ketidakpastian waktu layanan, prosedur yang rumit, serta dugaan maladministrasi dan praktik pungutan liar yang memicu ketidakpercayaan masyarakat. Permasalahan tersebut menjadi semakin berbelit-belit dan menjadi konsumsi publik lewat media. Oleh karena itu, media sosial menjadi faktor penting dalam mentransformasi sebuah isu menjadi krisis *Public Relations*.

Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan memiliki karakteristik wilayah yang unik dan kompleks dibandingkan wilayah lain. Sebagai wilayah urban dengan nilai aset tanah yang sangat tinggi, setiap sengketa atau ketidakpuasan layanan memiliki potensi besar viralitas yang jauh lebih besar dibandingkan wilayah lain. Masyarakat di wilayah ini cenderung lebih kritis dan melek digital kerap menjadikan media sosial sebagai alat untuk memprotes layanan yang dianggap lambat dan tidak transparan, sehingga menuntut standar pelayanan dan transparansi yang prima (Muhammad dkk., 2024). Gambaran Faktual dinamika tersebut dapat dilihat pada konflik agraria terkait sengketa lahan dan penggusuran di Pancoran (Jakarta Selatan) yang baru saja bentrok pada awal 24 Februari 2021, yang mendorong warga dibantu mahasiswa untuk membuat kanal advokasi melalui akun instagram @forumpancoranbersatu (Mamahit & Pratiwi, 2022). Selain daripada itu keluhan masyarakat juga membanjiri kolom komentar postingan dalam akun resmi kantor @kantahkotajakartaselatan, contohnya pada tanggal 25 Februari 2026 terdapat komentar negatif yang menyatakan bahwa akun @kantahkotajakartaselatan yang mempertanyakan kredibilitas akun tersebut.

Pengelolaan isu-isu negatif (*negative issue management*) di era digital menuntut pendekatan yang berbeda dari sekadar fungsi kehumasan konvensional. Tantangan terbesar saat ini bukan hanya memberikan informasi, melainkan

bagaimana merespons hoaks, ujaran kebencian, dan persepsi miring terkait mafia tanah yang sering kali dialamatkan kepada BPN. (Amelita dkk., 2024). Dalam konteks ini, divisi humas memerlukan strategi komunikasi digital yang lebih adaptif dan responsif yaitu menggunakan strategi yang dominan diantaranya *corrective action*, *defeasibility*, *good intentions*, dan *bolstering*. Strategi-strategi ini dipilih untuk meredakan krisis, meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi, dan membangun kembali kepercayaan masyarakat. Karena kegagalan dalam mengelola isu negatif ini tidak hanya berdampak pada citra, tetapi juga dapat menghambat partisipasi masyarakat dalam program strategis pertanahan nasional (Febriandy & Wahyutama, 2025)

Terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang mengkaji strategi humas pemerintah dalam menanggulangi disinformasi. Penelitian oleh Amelita dkk (2024) berjudul "Peran Kementerian Koordinator Bidang Hubungan Masyarakat Ekonomi dalam Mengatasi Hoaks di Media Sosial" Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis bagaimana Biro KLIP mengelola isu melalui tahapan pemantauan, identifikasi, hingga klarifikasi publik yang terbukti efektif dalam meredam penyebaran hoaks. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena bergantung pada data retrospektif kasus tahun 2021 akibat tidak ditemukannya isu hoaks baru selama periode observasi berlangsung, serta mengungkapkan adanya kendala internal berupa ketiadaan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baku dan spesifik terkait pengelolaan penanganan hoaks di instansi tersebut.

Meskipun urgensi pengelolaan media sosial pemerintah telah banyak dibahas, terdapat kesenjangan (*gap*) empiris dalam penelitian-penelitian terdahulu. Mayoritas studi sebelumnya lebih banyak menyoroti strategi humas pemerintah daerah secara umum atau fokus pada aspek teknis hukum layanan digital. Masih sedikit penelitian yang secara spesifik membedah strategi komunikasi digital Humas Kantor Pertanahan dalam pengelolaan isu-isu negatif di wilayah urban. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi peran ganda media sosial di BPN yaitu sebagai kanal informasi sekaligus mekanisme pengelolaan isu-isu negatif.

Penelitian ini menjadi sangat penting mengingat di tengah transformasi digital layanan pertanahan, seperti pemberlakuan Sertipikat Tanah Elektronik yang sering disalahartikan oleh publik. Ketidaktahuan masyarakat sering kali dimanipulasi oleh pihak tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan isu negatif bahwa "*tanah elektronik tidak aman*", yang dapat menggagalkan program prioritas nasional (Putra & Winanti, 2024). Dalam konteks ini, peran strategi komunikasi digital di Kantor Pertanahan Jakarta Selatan menjadi benteng terakhir untuk meluruskan disinformasi tersebut. Jika isu-isu negatif ini dibiarkan tanpa strategi pengelolaan yang terukur, resistensi masyarakat terhadap modernisasi layanan pertanahan akan semakin mengeras. Oleh karena itu, memahami strategi pengelolaan isu ini bukan hanya kebutuhan akademis, tetapi kebutuhan praktis untuk menjamin keberlangsungan reformasi birokrasi di tubuh BPN.

Berdasarkan latar belakang tersebut dan kompleksitas masalah, penelitian ini akan berusaha menggali secara mendalam "bagaimana" dan "mengapa" strategi tertentu dipilih oleh Humas dalam menghadapi tekanan isu negatif dan menjaga citra instansi kepada masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul **"Peran Strategi Komunikasi Digital Dalam Pengelolaan Isu-Isu Negatif Pada Media Sosial Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan"**. Hal ini diajukan sebagai representasi akurat dari upaya menjawab tantangan komunikasi kontemporer tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis bagi ilmu komunikasi pemerintahan, tetapi juga menghasilkan rekomendasi model penanganan krisis digital (*digital crisis handling*) yang dapat diadopsi oleh kantor pertanahan lain di seluruh Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas dalam mendeteksi potensi isu negatif atau sentimen publik yang berkembang di media sosial?
2. Bagaimana proses perencanaan konten dan pengemasan pesan digital yang dilakukan oleh Humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan untuk memastikan relevansi dengan kebutuhan publik?

3. Apa saja faktor pendukung dan hambatan internal maupun eksternal yang dihadapi Humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam mengelola isu-isu negatif?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas dalam mendeteksi potensi isu negatif atau sentimen publik yang berkembang di media sosial
- b. Menganalisis proses perencanaan konten dan pengemasan pesan digital yang dilakukan oleh Humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan untuk memastikan relevansi dengan kebutuhan publik.
- c. Menganalisis faktor pendukung dan hambatan internal (birokrasi, SOP, kompetensi SDM) maupun eksternal (karakteristik warganet, kecepatan arus informasi) yang dihadapi Humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam mengelola isu-isu negatif.

D. Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat berupa:

- a. Manfaat Akademis

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi memperkaya literatur Ilmu Komunikasi dan modernisasi administrasi pertanahan, khususnya terkait strategi pengelolaan isu di kantor pertanahan.

- b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini berfungsi sebagai bahan evaluasi strategis bagi Humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam mengoptimalkan pengelolaan media sosial yang responsif terhadap dinamika masyarakat urban. Rekomendasi yang dihasilkan dapat dijadikan acuan operasional untuk meningkatkan efektivitas diseminasi informasi serta penanganan keluhan masyarakat guna meminimalisasi potensi eskalasi konflik pertanahan secara dini.

c. Manfaat Sosial

Secara sosial, dengan teridentifikasinya strategi komunikasi yang efektif dalam pengelolaan isu negatif di Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan, penelitian ini secara tidak langsung berkontribusi membantu memperbaiki hubungan kepercayaan antara masyarakat dan kantor pertanahan melalui rekomendasi komunikasi yang lebih transparan, responsif, dan mudah dipahami. Hasil penelitian ini dapat mendorong warga memperoleh informasi layanan yang jelas (alur, waktu, biaya resmi, dan kanal pengaduan), sehingga mengurangi misinformasi, kecurigaan terhadap pungli/calo, serta eskalasi keluhan di media sosial.

BAB VIII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagai penutup dari keseluruhan rangkaian penelitian, bagian ini menyajikan kesimpulan dan saran yang disusun berdasarkan temuan mengenai strategi komunikasi Humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam mengelola isu negatif di media sosial.. Kesimpulan disusun untuk menjawab rumusan masalah penelitian berdasarkan temuan yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan saran diberikan sebagai masukan bagi pengembangan praktik komunikasi kehumasan di bidang pertanahan maupun penelitian selanjutnya.

1. Strategi Komunikasi Humas dalam Mendeteksi Potensi Isu Negatif dan Sentimen Publik di Media Sosial

Strategi komunikasi Humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam mendeteksi potensi isu negatif dan sentimen publik dilaksanakan melalui tiga lapisan mekanisme yang mengacu pada pedoman STRAKOM kementerian namun disesuaikan dengan konteks lokal Jakarta Selatan, disertai proses seleksi konten berbasis risiko sebelum konten dipublikasikan. Selanjutnya merupakan pemantauan aktif berbasis rutinitas personal, yakni identifikasi sinyal awal isu yang dilakukan secara manual namun konsisten setiap hari melalui pembacaan pola percakapan pada kolom komentar, *Direct Message* (DM), mention, *Omni Communication Assistant* (OCA), dan SP4N-LAPOR!. Dan yang terakhir adalah pengelolaan kanal pengaduan formal sebagai sistem deteksi paralel yang terstruktur. Meskipun ketiga lapisan ini belum tersistemasi secara formal dalam SOP tertulis, ekosistem deteksi yang terbentuk terbukti efektif, ditandai oleh tidak pernah

terjadinya kesalahan yang mengakibatkan krisis komunikasi yang bersumber dari konten yang di unggah tim humas selama ini.

2. Perencanaan Konten dan Pengemasan Pesan Digital dalam Memastikan Relevansi dengan Kebutuhan Publik

Tim humas Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan memposisikan media sosial sebagai sarana edukasi dan pelayanan informasi untuk masyarakat, bukan sekedar formalitas publikasi kegiatan seremonial. Pola pertanyaan yang masuk melalui OCA dengan volume lebih dari 100 aduan per hari dimanfaatkan sebagai sumber ide konten yang paling akurat. Pesan dikemas dengan bahasa sederhana, menghindari istilah teknis, sementara substansi informasi tetap dijaga akurasi. Di tengah tekanan target STRAKOM yang tinggi, tim humas konsisten memprioritaskan kualitas dan relevansi informasi di atas capaian kuantitatif. Dalam tersebut keberadaan AI digunakan sebagai alat bantu untuk meningkatkan efisiensi produksi konten tanpa menggantikan pertimbangan profesional pengelola dalam menentukan topik dan memverifikasi isi.

3. Faktor Pendukung dan Hambatan Internal maupun Eksternal dalam Pengelolaan Isu-isu Negatif

Faktor pendukung terkuat adalah kepercayaan relasional antara pimpinan dan tim yang menghasilkan otonomi operasional kondisi langka dalam konteks birokrasi pemerintah yang umumnya hierarkis. Dukungan anggaran dan infrastruktur yang relatif lebih lengkap dibanding kantor pertanahan lain juga memperkuat kapasitas kerja tim. Kanal formal OCA dan SP4N-LAPOR! menyediakan rekam jejak digital yang mendukung akuntabilitas dan evaluasi. Namun hambatan terbesar bersifat struktural: keterbatasan SDM, ketiadaan SOP respons tertulis, dan tidak adanya protokol koordinasi lintas unit yang terstandarisasi. Di sisi eksternal, stigma negatif terhadap BPN dan algoritma media sosial yang mempercepat penyebaran konten negatif menambah kompleksitas yang harus dihadapi. Kondisi ini fungsional dalam jangka pendek, tetapi rentan

dalam jangka panjang apabila terjadi pergantian personel tanpa sistem yang mendukung keberlanjutan praktik yang sudah berjalan.

B. Saran

1. Bagi Kantor Pertanahan Kota Administrasi Jakarta Selatan

Disarankan untuk menyusun SOP pengelolaan isu dan mekanisme koordinasi lintas unit secara lebih terstruktur, serta mendokumentasikan praktik baik yang selama ini telah diterapkan dalam deteksi isu dan pengelolaan media sosial. Langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan konsistensi, mempercepat respons terhadap pengaduan masyarakat, serta menjaga keberlanjutan pengelolaan komunikasi meskipun terjadi pergantian personel. Saran ini didasarkan pada temuan bahwa keberhasilan pengelolaan isu masih banyak bergantung pada kompetensi individu, sementara SOP tertulis dan koordinasi formal belum tersedia.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih dari satu kantor pertanahan atau menggunakan pendekatan mixed methods agar efektivitas strategi komunikasi dapat dianalisis secara lebih komprehensif. Selain itu, penelitian berikutnya dapat mengkaji perspektif masyarakat sebagai penerima layanan serta mengeksplorasi pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi pemerintah, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pengelolaan isu di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, T. Z., & Haikal, J. (2024). Dampak Produksi Desain Grafis Pada Penggunaan Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dengan Menggunakan Grounded Theory. *Jurnal Seni Nasional Cikini*, 10(1), 15–26. <https://doi.org/10.52969/jsnc.v10i1.265>
- Amelita, T., Wiyanto, S. D. S., & Irwansyah, I. (2024). The Role of the Coordinating Ministry of Economic Public Relations in Overcoming Hoaxes on Social Media. *Journal La Sociale*, 5(1), 181–187. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i1.1014>
- Amrin, R. N., Dewi, A. R., Planning, R., City, S., Wilayah, K., Pertanahan, B., Provinsi, N., Selatan, K., City, B., Tinggi, S., Nasional, P., & Regency, S. (2025). Communication in Handling Land Service Complaints and Enhancing Image through the Instagram Account @kementerian.atrbpn. *Jurnal Kebijakan Publik*, 16(3), 225–233. <http://jkp.ejournal.unri.ac.id>
- Bertalanffy, L. Von. (1950). An outline of general system theory. *British Journal for the Philosophy of Science*, 1(2), 134–165. <https://doi.org/10.1093/bjps/I.2.134>
- Bukar, U. A., Jabar, M. A., Sidi, F., Nor, R. N. H. B., Abdullah, S., & Othman, M. (2020). Crisis informatics in the context of social media crisis communication: Theoretical models, taxonomy, and open issues. *IEEE Access*, 8, 185842–185869. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3030184>
- Cho, Y. (2014). Justice, Dissatisfaction, and Public Confidence in the E-Governance. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2543418>
- Coombs, W. Timothy Holladay, S. J. (2012). The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention. *Public Relations Review*, 38(3), 408–415. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.04.004>
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory.

- Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Daft, R. L., Lengel, R. H., Science, M., & May, O. D. (1986). Organizational Information Requirements , Media Richness and Structural Design Organizational Information Requirements , Media Richness And Structural Design . *Management Science*, 32(5), 554–571.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- Dandy, G. F. P., & Firmansyah, F. (2023). Manajemen Isu pada Pemerintahan Daerah dalam Menanggapi Berita Negatif. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 849–856. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9348>
- Dietrich, G. (2018). *What Is the PESO Model?* Spin Sucks.
<https://spinsucks.com/communication/peso-model-breakdown/>
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek* (Cetakan ke). PT Remaja Rosdakarya.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Evans, S. K., Pearce, K. E., Vitak, J., & Treem, J. W. (2017). Explicating Affordances: A Conceptual Framework for Understanding Affordances in Communication Research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(1), 35–52. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12180>
- Faizal, K. A., & Masitoh, S. (2025). Situational Crisis Communication Kementerian Komunikasi dan Digital dalam Menangani Kasus Kebocoran Data PDNS di Era Digital. *Medium*, 13(2), 267–281.
<https://doi.org/10.25299/medium.v13i2.25095>
- Febriandy, R. K., & Wahyutama. (2025). Kebocoran Data PDNS Analisis Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah Berdasarkan Image Repair Theory. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 325–341.
<https://doi.org/10.21009/comm.033.09>

- Galbraith, J. R. (1974). Organization design: An information processing view. *Interfaces*, 4(3), 28–36. <https://doi.org/10.1287/inte.4.3.28>
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations* (1st ed.). Lawrence Erlbaum Associates (penerbit asli) / Routledge (penerbit ulang). <https://www.routledge.com/Excellent-Public-Relations-and-Effective-Organizations-A-Study-of-Communication/Grunig-Dozier-Grunig/p/book/9780805818185>
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action, Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society* (T. McCarthy (ed.)). Beacon Press. <https://www.beacon.org/The-Theory-of-Communicative-Action-P591.aspx>
- Hafied cangara. (2017). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/perencanaan-dan-strategi-komunikasi/>
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Heath, R., & Palenchar, M. (2013). Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges. 1–3. <https://doi.org/10.4135/9781452274829>
- Hermawan, D., Septiani, V. A., & Samudra, R. M. (n.d.). Strategi Komunikasi Humas Angkasa Pura I dalam Menangani Isu Operasional di Bandara Internasional Juanda. 2(2), 423–438.
- Irhamdhika, G., El Hidayah, N. I., Yogi Ariska, Dito Anjasromo Ningtyas, & Sari, A. (2025). Krisis Kepercayaan Publik: Fenomena #Kaburajadulu Dan Peran Humas Pemerintah Dalam Merespons Cancel Culture. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 6(1), 7–15. <https://doi.org/10.31294/jpr.v6i1.8663>
- Irvan L, A. M., Unde, A. A., & Sultan, M. I. (2014). Strategi Komunikasi Badan Pertanahan Nasional dalam Menyelesaikan Konflik Pertanahan di Kabupaten Maros. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 15–22.
- Irwanti, M. (2023). *Manajemen Krisis Komunikasi: Tinjauan Teoritis dan Praktis* (E. Jaelani (ed.); Cetakan Pe). Widina Media Utama.

<https://repository.penerbitwidina.com/publications/565655/manajemen-krisis-komunikasi-tinjauan-teoritis-dan-praktis>

John W. Creswell. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. In *Pustaka Pelajar*.

Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *PRR*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S036381119980143X>

Kurnal, J. (2021). Image Restoration Theory: Analysis of Polish Deputy Prime Minister's Tweets in Response to Postponed Polish Presidential Election in 2020. *Journal Article*, 7(3), 1–23. <https://doi.org/10.37745/ijirmmcs.15>

Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130–140.
<https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>

Macnamara, J., Lwin, M., Adi, A., & Zerfass, A. (2016). “PESO” media strategy shifts to “SOEP”: Opportunities and ethical dilemmas. *Public Relations Review*, 42(3), 377–385. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.03.001>

Mamahit, J. E., & Pratiwi, A. (2022). Instagram Sebagai Media Alternatif Dalam Konflik Agraria (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Forumpancoranbersatu). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 191–200. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4382>

Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101.
<https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>

Mergel, I. (2015). *Designing Social Media Strategies and Policies* (J. L. Perry & R. K. Christensen (ed.); 3rd ed.). Jossey-Bass Wiley.
https://www.researchgate.net/publication/273123504_Designing_Social_Media_Strategies_and_Policies

Muhammad, S, R., Tehupeiory, A., & Napitupulu, D, R, W. (2024). Analisis

- Hukum Penyelesaian Konflik Mafia Tanah. *Jurnal Hukum tora*, 10(1), 188–198. <https://ejournal.fhuki.id/index.php/tora/article/view/472>
- Nabila Ulayya, K., Prihasari, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Journal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(5), 2548–2964. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Nasrullah, R., & Rahmawati, D. G. (2022). Digital Speech Acts on Social Media: The Content Ethnographic of Audiences Response to the Publication of Illegal Online Loans on @Ojkindonesia's Instagram Account. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 450–459.
- Nisa, N. S., & Samputra, P. L. (2024). Strategi pemulihan citra publik pada kementerian pemuda dan olahraga RI. *Journal of National Paradigm-Based Resilience Strategy*, 1(1), 30–53. <https://doi.org/10.61511/napbres.v1i1.2024.654>
- Nugraha, J. T. (2018). E-Government dan Pelayanan Publik E-Government di Pemerintah Kabupaten Sleman. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(1), 32–42. <https://scispace.com/pdf/e-government-dan-pelayanan-publik-studi-tentang-elemen-51xwe2o7g0.pdf>
- Nurhalizah, S., Abidin, Z., & Susanto, T. (2025). Optimalisasi Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram @tanggap.karawang oleh Diskominfo Kabupaten Karawang dalam Merespon Pengaduan Jalan Rusak. *Journal Article*, 8(2), 421–428. <https://doi.org/10.46576/jnm.v8i2.5549>
- Pate, N., Sam, M., & Nilwana, A. (2025). Influence Of Social Media To Encourage Community Participation In Indonesia Government Administration. *Journal of Government Science*, 7(1), 22–35. <https://doi.org/10.54144/govsci.v6i1.107>
- Pratama, A. W., Listiansyah, M. A., & Iqbal, M. (2022). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 22–30.

<https://jia.stialanbandung.ac.id/index.php/jia/article/view/814/pdf>

- Putra, R. A., & Winanti, A. (2024). Urgensi Penerbitan Dokumen Sertifikat Tanah Elektronik Pasca Peraturan Menteri ATR/BPN Nomor 3 Tahun 2023. *Jurnal USM Law Review*, 7(2)(2), 835–852. <https://doi.org/https://doi.org/10.26623/julr.v7i2.9178>
- Putri, A. (2020). Humas Kementerian Agraria dan Tata Ruang Badan Pertanahan Nasional Dalam Menangani Pengaduan Masyarakat Mengenai Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) Melalui Instagram. <https://repository.usni.ac.id/repository/47f076f8cc72a817e1fa4b0b8a2ad984.pdf>
- Qadir, A. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713–2724. <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1787>
- Rachmawati, F. (2023). Strategi Humas Pemerintah Dalam Pengelolaan Manajemen Isu Di Era Post Truth. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 114–127. <https://doi.org/10.21009/communicology.031.08>
- Sandry, J. I., & Soelistyowati, D. (2025). Peran Humas Sebagai Facilitator Communication Di Kantor Tanah Atr/Bpn Kabupaten Bekasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Masyarakat. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*, 7(01), 109–130. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/1162>
- Septiyanto, M. N., Mardiyanti, S., & Wulandari, M. (2023). Penyelesaian Konflik Pertanahan Tanah di Indonesia. *Jurnal Kepastian Hukum dan Keadilan*, 5(2), 160–170. <https://doi.org/10.32502/khk.v5i2.7959>
- Stefani Nurul Husna, & Eceh Trisna Ayuh. (2025). Studi Tentang Strategi Komunikasi Publik Kominfo Kota Bengkulu dalam Mendorong Literasi di Masa Transformasi Digital. *Federalisme: Jurnal Kajian Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 208–217. <https://doi.org/10.62383/federalisme.v2i3.1074>
- Tsaqila, R., Suseno, A., & Mirza, M. (2023). Peran Media Sosial Instagram

- @KANWILBPNBANTEN Sebagai Pusat Informasi di Bidang Pertanahan (Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @Kawilbnpnbanten). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 109–116.
<https://jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/view/143>
- Wahyuni, I. I., & Atnan, N. (2023). Political Issues Management; Case Study of Negative Issues Management of West Java Provincial Government in 2019. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 8(2), 147.
<https://doi.org/10.24198/jwp.v8i2.45594>
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective. *Communication Research*, 19(1), 52–90.
 10.1177/009365092019001003
- Zamroni, A., Aziiz, & Anom, E. (2023). Strategi Humas Kementerian Agraria Dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional Dalam Menciptakan Citra Positif Kementerian. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53(1), 1–19.
<http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- Zimal, L. A., & Aysar, A. A. (2021). Public Relations Strategy Analysis Crisis Communications. *Journal La Sociale*, 2(3), 1–8.
<https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v2i3.388>