

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Yogyakarta dikenal sebagai kota wisata yang masih banyak menyimpan pesona wisata bersejarah karena situs- situs peninggalan, aset budaya dan sejarah yang masih terjaga kelestariannya hingga saat ini, diantaranya adalah wilayah Jeron Beteng.

Dilansir dari surat kabar harian Jogja online menyebutkan bahwa wilayah Jeron Beteng merupakan wilayah yang berada dalam kungkungan benteng Keraton Yogyakarta yang disebut Beteng Baluwerti, yang terdiri dari empat buah pojok beteng dan lima plengkung sebagai pintu masuk wilayah Jeron Beteng, Alun-Alun Utara dan Selatan serta Regol Pangurakan. Kawasan Jeron Beteng ini memiliki banyak tempat wisata yang menjadi peninggalan sejarah dan budaya antara lain, kompleks Istana Keraton Yogyakarta, Tamansari, Museum Sonobudaya, Museum Gamelan, Kandang Gajah, Pasar Ngasem, Bengkel Wayang dan Museum Kereta, disisi lain bangunan dikawasan tersebut juga merupakan bangunan-bangunan kuno yang memiliki ciri khas tersendiri (<http://jogja.in/2013/04/kawasan-jeron-beteng-kota-jogja/#.V1Xb7PITLIV/> akses 5 Juni 2016 pukul 14.00 WIB)

Kota wisata bersejarah seperti Yogyakarta ini, perlu menyeimbangkan pengaruh industri pariwisata dengan strategi

penataan kota yang tepat karena meskipun pertumbuhan industri ekonomi pariwisata memiliki potensi besar bagi penggerak ekonomi nasional, namun dapat menimbulkan terancamnya kelestarian situs-situs yang menjadi aset budaya dan sejarah, seperti halnya yang terjadi di halaman Keraton Jogja yaitu Alun-Alun Utara yang sempat dijadikan pasar baju dan tempat parkir bus, hal ini membuat Alun-Alun terlihat kumuh, bahkan bangunan Keraton tidak terlihat karena tertutup oleh tenda-tenda pedagang dan bus yang parkir dikawasan tersebut. selain itu, hal ini tentu sangat merusak pemandangan selain tidak rapi, Keraton yang menjadi ikon kota Jogja ini justru terlihat kotor dan hilang kewibawaan bangunan tersebut, permasalahan penataan parkir juga terjadi dikawasan Malioboro parkir kendaraan berada ditrotoar yang seharusnya digunakan untuk pejalan kaki, sehingga ruas jalan menjadi lebih sempit dan pada akhirnya menyebabkan kemacetan Permasalahan ini juga diakui oleh Kepala Bidang Lalu Lintas dan Angkutan saat wawancara pra survei pada 28 Januari 2016.

“kalau kita biarkan kendaraan bebas melewati wilayah Jeron Beteng ini, terutama kendaraan besar seperti bus pariwisata, tentu akan menghasilkan getaran yang ditakutkan jika terus terjadi, lama-lama tentu akan merusak bangunan-bangunan cagar budaya dikawasan Jeron Beteng ini, selain itu ruas jalan diwilayah ini juga cukup sempit tidak semua kendaraan bisa melewati jalan ini, sehingga perlu kita atur volume kendaraan yang bisa melalui jalan ini, kalau tidak tentu akan mengakibatkan kemacetan.” (Kepala Bidang Lalu Lintas dan Angkutan, Golkari Made Yulianto, 28 Januari 2016)

Berdasarkan beberapa permasalahan diatas, Pemerintah Kota Yogyakarta berencana akan menata kawasan Jeron Benteng menjadi

kawasan cagar budaya pra pedestrian wisata Kota Tua seperti di Jakarta. Konsep ini dilakukan untuk mengembalikan suasana Jogja tempo dulu, menjadi kawasan cagar budaya yang bebas kendaraan bermotor. Akibat dari program penataan kawasan Jeron Beteng menjadi kawasan pra pedestrian ini, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan area bebas parkir di kawasan Jeron Beteng termasuk hingga Malioboro.

Penataan kawasan Jeron Beteng dan Malioboro menjadi kawasan pra pedestrian ini merupakan bagian dari rencana Pemerintah DIY melalui Dinas Pekerjaan Umum sesuai dengan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 6/PRT/M tahun 2007 tentang Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan, UU No 24 tahun 1992 tentang penataan ruang dan UU No 23 tahun 1997 tentang Lingkungan Hidup. Dalam peraturan ini menjelaskan tentang rencana tata bangunan dan lingkungan dimaksudkan untuk mengendalikan pemanfaatan ruang, penataan bangunan dan lingkungan serta memuat materi pokok program bangunan dan lingkungan, rencana umum dan panduan rancangan, rencana investasi, ketentuan pengendalian rencana, dan pedoman pengendalian pelaksanaan pengembangan lingkungan atau kawasan. Sedangkan penataan bangunan dan lingkungan adalah kegiatan pembangunan untuk merencanakan, melaksanakan, memperbaiki, mengembangkan atau melestarikan bangunan dan lingkungan kawasan tertentu sesuai dengan pemanfaatan ruang dan pengendalian gedung maupun lingkungan secara optimal.

Penataan kawasan pra pedestrian ini dimulai dari wilayah Timur Malioboro, Pasar Bringharjo, Nol Kilometer hingga Alun-Alun Keraton Yogyakarta, dilansir dalam surat kabar harian TribunJogja (<http://jogja.tribunnews.com/2015/11/21/tahun-depan-tata-kawasan-pedestrian-di-malioboro-akan-mulai-dilaksanakan/> Akses 6 Juni 2016 pukul 13.10 WIB)

Dalam hal ini Pemerintah Kota melalui Dinas Perhubungan mulai merealisasikan kebijakan area bebas parkir tersebut, konsep program penataan kawasan Jeron Beteng tersebut merupakan kebijakan Pemkot namun secara teknis dilakukan oleh Dinas Perhubungan bagian Bidang Lalu Lintas dan Angkutan, sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 186 tahun 2005 tentang penjabaran Fungsi dan Tugas Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta pasal 7 dan pasal 8 yang menyebutkan bahwa bidang lalu lintas memiliki fungsi penyelenggaraan manajemen lalu lintas, rekayasa lalu lintas dan angkutan. Sesuai dengan permasalahan saat itu, Parkir bus sembarangan, sering terjadi kemacetan karena kendaraan parkir sembarangan dan bus-bus besar masuk kawasan Jeron Beteng serta pedagang kaki lima yang masih berjualan di sekitar kawasan tersebut.

Awal pelaksanaan kebijakan area bebas parkir kawasan Jeron Beteng ini awal tahun 2015, pemerintah mengalihkan parkir bus maupun kendaraan yang berada di Alun-Alun serta di sepanjang jalan Malioboro ke beberapa tempat parkir yang sudah disediakan antara lain

Parkir Ngabean, Stasiun Tugu dan Parkir Bus Taman Pintar. Selain itu pemerintah juga melakukan sosialisasi secara langsung serta menyebarkan pemberitahuan melalui surat edaran kepada seluruh pelaku ekonomi dikawasan Jeron Beteng yaitu juru parkir, PO bus, pedagang, resto-resto seperti Bale Raos, *travel agent*, *tour guide* dan warga yang tinggal dikawasan Jeron Beteng.

Dampak dari diberlakukannya kebijakan area bebas parkir ini membuat Alun-Alun Keraton menjadi lebih rapi, akses jalan dikawasan Jeron Betengpun menjadi lebih nyaman dan mengurangi kemacetan dikawasan tersebut, warga Jeron Beteng juga sangat apresiatif, hal ini diakui oleh Muhammad Fuad merupakan ketua komunitas komunikasi Ngabean dalam yang mengaku mendukung kebijakan area bebas parkir ini.

**Harianjogja.com, JOGJA-** Ketua Forum Komunikasi Komunitas Ngabean, Muhammad Fuad mengatakan sebagai masyarakat ia mendukung sepenuhnya setiap program penataan kota Jogja yang dilakukan pemerintah selama pemerintah, menurutnya, konsisten dan konsekuen tanpa menimbulkan masalah.  
(<http://www.harianjogja.com/baca/2016/05/27/723375-723375> Akses 7 Juni 2016 pukul 01.00 WIB)

Tidak hanya kawasan Jeron Beteng yang terlihat rapi, kawasan Malioboro pun juga terlihat rapi dan bersih, sisi trotoar jalan yang dulunya digunakan sebagai parkir sekarang terlihat sepi hanya ada pejalan kaki dan wisatawan, sehingga dari aspek pariwisata Malioboro menjadi tempat yang nyaman bagi wisatawan karna tidak berdesak-desakan saat berjalan dikawasan tersebut seperti sebelumnya saat

kebijakan area bebas parkir ini diberlakukan, selain itu dari sisi keamanan pengunjung maupaun wisatawan lebih terjamin, karena memiliki ruang untuk pejalan kaki, sehingga pejalan kaki maupun pengunjung tidak harus menggunakan badan jalan yang dilalui kendaraan saat berkeliling di Malioboro sehingga resiko kecelakaanpun berkurang. Selain itu jalan Malioboro yang biasanya selalu macet pun menjadi lancar. Meskipun kebijakan ini memiliki banyak dampak positif dari baik untuk aspek pariwisata, keamanan, kenyamanan lingkungan namun ada pula dampak negatif akibat dari diberlakukannya kebijakan area bebas parkir ini, terutama bagi kalangan pelaku ekonomi seperti juru parkir dan PKL.

Mereka merupakan kelompok yang kontra akan kebijakan ini, adanya program tersebut menimbulkan pro dan kontra, hal ini dijelaskan oleh Bapak Yulianto, Kepala Bidang Lalu Lintas dan Angkutan Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta saat diwawancara oleh peneliti.

“Awal pelaksanaan program ini memang terdapat masalah, yang kita tahu bahwa dulu sebelum kebijakan bebas parkir diberlakukan banyak parkir dan pedagang, artinya apa kalau ada parkir pasti ada juru parkir, pasti ada pedagang disana, ketika terjadi bebas parkir, orang-orang yang tadinya mencari makan disitu menjadi kehilangan mata pencarian, sehingga pada akhirnya pemerintahpun harus mencarikan solusi dan lapangan pekerjaan untuk mereka.” (Kepala Bidang Lalu Lintas dan Angkutan Dinas Perhubungan, Golkari Made Yulianto, 28 Januari 2016)

Berdasarkan wawancara diatas, dijelaskan bahwa dengan adanya kebijakan area bebas parkir ini juga berdampak pada hilangnya mata pencarian beberapa kelompok pelaku ekonomi seperti juru parkir di sekitar

kawasan tersebut. selain itu akibat dari kebijakan area bebas parkir ini juga berdampak bagi para pedagang yang berada dikawasan tersebut, mereka mengeluhkan adanya penurunan pendapatan akibat sepi pengunjung, hal ini dimuat dalam beberapa surat kabar harian lokal Yogyakarta.

Dampak Larangan Bus : Suasana salah satu pusat cinderamata di Jalan Rotowijayan, Jogja, kemarin (9/4). Pedagang di kawasan itu mengeluhkan sepi pembeli dampak dari larangan bus pariwisata masuk kawasan Njeron Beteng. Terhadap keluhan para pelaku pariwisata. (Sumber : <http://www.radarjogja.co.id/blog/2015/04/10/gubernur-minta-larangan-bus-masuk-njeron-beteng-dievaluasi/>) akses pada tanggal 10 April 2015 pukul 23.00 WIB

YOGYA (KRjogja.com) - Kebijakan larangan bus serta minibus yang masuk ke kawasan jeron beteng diharapkan bisa diubah. Hal ini berkaitan dengan berbagai persoalan yang masih terjadi di lapangan. Terutama menyangkut definisi minibus yang memiliki 8 kursi atau lebih. (Sumber : <http://krjogja.com/read/251158/lalu-lintas-jeron-beteng-harus-segera-dievaluasi.kr>) diakses pada tanggal 10 April 2015 pukul 23.22 WIB

Hal serupa juga dialami oleh juru parkir dan PKL dikawasan Malioboro, meskipun pemerintah telah mengalihkan parkir sehingga mereka tidak kehilangan pekerjaan, namun berbagai permasalahan tetap terjadi, tempat parkir yang baru di nilai tidak mampu menampung seluruh jumlah Juru Parkir yang ada di Malioboro, selain itu pendapatan mereka juga sangat menurun drastis, hal ini dimuat dalam surat kabari harian Jogja online terkait keluhan para Juru Parkir di Malioboro.

**lpmarena.com-** Terkait masalah apa yang belum dapat disepakati antara PemKot dengan Paguyuban, Sigit, yang ditemui Arena (Sabtu, 31/10) menyatakan bahwa potensi kesejahteraan adalah masalah utama yang belum mencapai kesepakatan antara Paguyuban dengan Pemerintah Kota.

Menurutnya, penghasilan juru parkir Malioboro yang mencapai Rp. 175.000 per hari, hanya disanggupi pemerintah kota sebesar Rp. 40.000

per hari. “Dengan adanya relokasi parkir Malioboro, bagaimana potensi kesejahteraan yang dapat kami terima. Biasanya kami mendapat 175.000 per hari tetapi pihak Pemkot hanya menyanggupi dengan jatah hidup sebesar 40.000 per hari,” ungkapnya.

Tidak hanya permasalahan tersebut, perbedaan pengelola juga akan menambah masalah baru. Dengan adanya pengelola yang baru, juru parkir khawatir jika nantinya mereka dituntut untuk menjadi tenaga kerja. Kekhawatiran ini sangat beralasan, karena tukang parkir nantinya akan dihadapkan pada masalah persyaratan ketenagakerjaan, seperti ijasah, umur, dan persyaratan yang lain.

Hal tersebut dirasakan Agus, juru parkir Malioboro, saat ditemui Arena (Selasa, 13/10). Agus mengatakan kekecewaannya terhadap rencana pemindahan parkiran Malioboro. Dia menolak dengan adanya pemindahan parkiran, hal ini karena parkiran yang baru dinilai tidak mampu menampung kendaraan wisatawan yang berkunjung di Malioboro. “Penolakan pasti ada, karena parkiran yang baru hanya akan menampung 2.300-an kendaraan,” ujarnya.

(<http://lpmarena.com/2015/11/19/revitalisasi-abaikan-kesejahteraan-juru-parkir/> akses 6 Juli Pukul 10.00 WIB)

Selain permasalahan Juru Parkir Malioboro, para pedagang ataupun PKL di Malioboro juga merasakan dampak yang signifikan akibat diberlakukannya kebijakan area bebas parkir ini. Pengunjung ataupun wisatawan jadi berkurang letak parkir yang sedikit berjarak membuat pengunjung malas karena harus memakan waktu untuk berjalan menuju tempat belanja yang berada di Malioboro, akibatnya pendapatan pedagang pun menurun hingga 60%, hal ini diakui para pedagang dikawasan Malioboro karena sepi pengunjung.

**HarianJogja.Com-** Salah satu pedagang kerajinan di Malioboro Paul Zulkarnaen mengatakan, penurunan yang ia alami bisa mencapai 50% hingga 60% dari omzet biasanya. Untuk hari-hari biasa, rata-rata ia bisa mengantongi pendapatan Rp100.000 hingga Rp300.000 per hari. “Penjualan turun. Mungkin karena pengunjung belum terbiasa dengan penataan parkir. Mereka masih bingung,” papar dia, Minggu (10/4/2016).

(<http://www.harianjogja.com/baca/2016/04/11/parkir-malioboro-usai-penataan-parkir-pendapatan-pedagang-kerajinan-menurun-709093> akses 7 Juni 2016 pukul 02.00 WIB)

Isu yang dialami oleh Dinas Perhubungan dengan para pelaku ekonomi dikawasan Jeron Beteng menunjukkan bahwa terjadi gap atau perbedaan antara harapan publik dengan kepentingan dan kebijakan yang diberlakukan oleh Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta. Apabila isu ini tidak ditangani dengan tepat, akan berdampak pada timbulnya konflik yang lebih besar, selain itu dapat mengancam keberlangsungan program yang telah direncanakan oleh Pemerintah. Jika pemerintah tidak memberikan solusi dengan tepat tentu juga akan berdampak pada meningkatnya tingkat pengangguran di Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana manajemen isu yang dilakukan Dinas Perhubungan serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat aktivitas Dinas Perhubungan dalam mengelola isu area bebas parkir di kawasan Jeron Beteng. Oleh karena itu, peneliti mengangkat isu tersebut sebagai obyek penelitian.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana manajemen isu Dinas Perhubungan dalam mengelola isu area bebas parkir kawasan Jeron Beteng Yogyakarta tahun 2015.
2. Apa sajakah faktor-faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan manajemen isu yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan dalam mengelola isu area bebas parkir kawasan Jeron Beteng tahun 2015

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana manajemen isu Dinas Perhubungan dalam menangani isu area bebas parkir kawasan Jeron Beteng Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor- faktor pendukung dan penghambat manajemen isu yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan dalam mengelola isu area bebas parkir kawasan Jeron Beteng.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi dan masukan bagi pengembangan bidang Ilmu Komunikasi dalam manajemen isu krisis di pemerintahan.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi bagi Dinas Perhubungan dalam melakukan manajemen isu terkait dengan program atau kebijakan yang akan di berlakukan.

#### b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari, khususnya kajian ilmu komunikasi dalam bidang manajemen isu di pemerintahan maupun organisasi.

## **E. Kajian Teori**

### **1. Humas Pemerintah**

#### **a. Definisi Humas Pemerintah**

Menurut Frank Jefkins (2004 :10) Humas adalah semua bentuk komunikasi yang terencana baik yang sifatnya internal maupun eksternal antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik berlandaskan saling pengertian. Sedangkan menurut Morissan (2006 :5) Humas adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial ataupun bertujuan mencari keuntungan maupun non komersial, tidak peduli organisasi tersebut berada di pemerintahan maupun swasta.

Definisi lain menyebutkan Humas adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar mengormati kepentingan bersama (Soemirat & Ardianto, 2010 :112)

Menurut Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum dan Tata Kelola Kehumasan di lingkungan instansi pemerintah bahwa Humas Pemerintah adalah lembaga praktisi yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang

persuasif, efektif dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi instansi pemerintah.

Menurut Rachmadi (1994:77) humas pemerintah adalah suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa humas pemerintah merupakan aktivitas lembaga atau praktisi yang memiliki fungsi manajemen dalam bidang penyebaran informasi terkait kebijakan, program maupun kegiatan lembaga pemerintah kepada publiknya untuk menciptakan hubungan yang baik.

Humas pemerintah lebih menekankan pada *public service* atau demi kepentingan pelayan umum melalui program kerja humas (Ruslan, 2002:323). Tujuan humas dalam pemerintahan antara lain :

- a. Memberi informasi tentang akitivitas agen pemerintah yang konsisten
- b. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah
- c. Mendorong public mendukung kebijakan dan program yang telah ditetapkan

- d. Melayani sebagai advokat publik untuk administrator (menyampaikan opini publik kepada pembuat keputusan, mengelola isu publik dalam organisasi, meningkatkan aksesibilitas publik kepada pejabat)
- e. Mengelola informasi internal
- f. Memfasilitasi hubungan media
- g. Membangun komunitas dan bangsa (Cutlip, 2006:466)

#### **b. Fungsi dan Peran Humas Pemerintah**

Fungsi humas pemerintah diatur dalam Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara nomor 8 tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah pada pasal 6 menjelaskan bahwa fungsi humas pemerintah adalah sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberi pelayanan informasi kepada publik, menindaklanjuti pengaduan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan.

Menurut Ruslan (2004:102) secara garis besar humas pemerintah memiliki peran ganda yaitu fungsi ke luar dan fungsi ke dalam. Fungsi keluar adalah humas pemerintah

berupaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan kebijaksanaan dan tujuan lembaga yang bersangkutan terhadap kepentingan masyarakat sebagai khalayak sasaran. Sedangkan fungsi kedalam adalah pihak humas wajib menyerap aspirasi atau keinginan masyarakat yang diselaraskan dengan kepentingan bagi instansi demi tercapainya tujuan bersama.

## **2. Manajemen Isu**

### **a. Definisi Manajemen**

Menurut Stoner yang dikutip dalam Wijayanti (2008:1) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya manusia lainnya agar mencapai tujuan organisasi.

Menurut Richard (2010) manajemen merupakan pencapaian tujuan-tujuan organisasional secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengelolaan, kepemimpinan, dan pengendalian sumber daya- sumber daya organisasional. Dalam definisi tersebut dapat kita ambil dua unsur penting dalam manajemen yaitu fungsi perencanaan, pengelolaan, kepemimpinan serta pengendalian dan pencapaian tujuan yang organisasional secara efektif dan efisien.

Efektif organisasi berarti sejauh mana organisasi dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, atau sejauh mana tingkat keberhasilan dari apa yang telah dikerjakannya dan efisien diartikan sebagai jumlah sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi seperti bahan baku, biaya dan SDM. Menurut Richard L. (2010) fungsi manajemen dibagi menjadi empat yaitu :

a. Perencanaan

Perencanaan atau *planning* merupakan proses mengidentifikasi berbagai tujuan untuk kinerja organisasi dimasa mendatang serta memutuskan tugas- tugas dan penggunaan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

b. Pengelolaan

Pengelolaan ini merupakan tahap yang dilakukan setelah proses perencanaan selesai, hal ini mencakup penentuan tugas, pengelompokan tugas, mendelegasikan otoritas, dan mengalokasikan seluruh sumber daya dalam organisasi, hal dilakukan untuk mewujudkan perencanaan yang telah dilakukan.

c. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah menggunakan pengaruh untuk memotivasi karyawan agar tujuan –tujuan organisasi tercapai, dalam hal ini seorang pemimpin harus menciptakan nilai dan budaya bersama, mengkomunikasikan tujuan- tujuan kepada karyawan di

dalam organisasi serta menyuntikkan semangat untuk memperlihatkan kinerja tertinggi kepada karyawan.

d. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian diartikan sebagai kegiatan memonitoring aktivitas karyawan, menentukan apakah organisasi sejalan dengan tujuannya, dan membuat koreksi jika diperlukam ataupun terjadi kesalahan. Peran pemimpin sangat diperlukan dalam hal ini, untuk memastikan bahwa organisasi mereka bergerak sesuai dengan tujuannya.

**b. Definisi Isu**

Isu merupakan peristiwa yang terjadi diluar kendali organisasi yang berdampak pada tujuan strategis organisasi dan keberadaannya memerlukan respon dari organisasi. Menurut Regest`er & Larkin isu adalah “a gap between corporate practice and stakeholder expectations” didalam buku prwar (2014:158). Menurut Chase dan Jones isu digambarkan sebagai an unsettled matter whivh is ready for dicision. Isu dapat muncul dan berkembang disaat ada perubahan ataupun ketidaksesuaian antara lingkungan ataupun harapan public terhadap organisasi dan jika isu ini terus diabaikan akan memberikan dampak buruk bagi organisasi.

Menurut *The Issue Management Council*, jika terjadi gap atau perbedaan antara harapan public dengan kebijakan, operasional,

produk atau komitmen organisasi terhadap publiknya, maka disitulah muncul isu (Gallow & Kwansah – Aidoo, 2005 : Regester & Larkin, 2008 (dalam Kriyantono, 2012 : 152)

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa isu merupakan kondisi dimana antara organisasi dan publiknya memiliki perbedaan, antara harapan public dengan kebijakan organisasi yang tidak sejalan dan jika terus di birakan akan mempengaruhi operasional atau kepentingan organisasi.

Isu ini bisa meliputi masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan ataupun nilai yang sedang berlangsung didalam kehidupan masyarakat. Mengelola isu dapat dilakukan dengan cara memonitor, mengidentifikasi, menganalisis, membuat kebijakan strategis, mengantisipasi isu dan mengevaluasi dampak kebijakan untuk mendukung kelanjutan aktivitas organisasi.

Jenis – jenis Isu, secara umum menurut Gaunt dan Ollenburger (1995) (dalam Kriyantono 2012 : 156) isu dibagi menjadi dua jenis, berdasarkan sumbernya yaitu :

a. Isu – isu internal

Isu internal merupakan isu yang bersumber dari dalam organisasi / internal , dan isu tersebut biasanya hanya diketahui oleh pihak-pihak manajemen dan anggota organisasi maupun karyawan perusahaan. Isu tersebut seperti penurunan kepuasan kerja karena

adanya aturan atau perubahan manajemen organisasi, diskriminasi kerja, persoalan gaji dan system promosi yang tidak jelas.

b. Isu – isu eksternal

Isu eksternal merupakan isu yang berkembang di luar organisasi, isu tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap aktivitas organisasi secara langsung maupun tidak langsung, seperti isu regulasi pemerintah, hukum, emansipasi wanita dan isu terkait kebijakan yang akan diberlakukan dan memiliki pengaruh terhadap masyarakat.

Sedangkan menurut Horrison (2008) (dalam Kriyantono, 2012 : 158), jenis- jenis isu dibagi menjadi dua aspek. Aspek pertama adalah jenis isu berdasarkan dampaknya, terdapat dua jenis isu yaitu :

a. *Deffensive issues*

Isu- isu yang cenderung dapat memunculkan ancaman terhadap organisasi, oleh karena itu organisasi harus mempertahankan diri agar tidak mengalami kerugian reputasi.

b. *Offensive issues*

Isu – isu yang dapat digunakan untuk meningkatkan reputasi organisasi atau perusahaan. Seperti isu isu yang terjadi di lingkungan sosial dan pendidikan, tingginya biaya pendidikan, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan isu tersebut untu membuat program pemberian beasiswa.

Aspek kedua yaitu jenis isu berdasarkan keluasannya, dibagi menjadi empat jenis isu, antara lain :

a. Isu universal

Isu universal merupakan isu yang mampu mempengaruhi banyak orang secara langsung dan bersifat umum serta memiliki potensi mempengaruhi secara personal. Isu ini biasanya berkembang dari mulut ke mulut sifatnya lebih imminent.

b. Isu advokasi

Isu advokasi merupakan kebalikan dari isu universal, isu ini tidak mempengaruhi banyak orang dan muncul akibat disebarkan oleh kelompok tertentu yang mengaku representasi kepentingan publik.

c. Isu selektif

Isu selektif merupakan isu yang mempengaruhi kelompok tertentu, isu ini bisa saja memiliki pengaruh untuk banyak orang tetapi hanya kelompok tertentu saja yang terpengaruh dan memperhatikan isu ini.

d. Isu praktis

Isu praktis merupakan isu yang hanya berkembang di antarapara pakar seperti isu pelarangan gambar produk rokok pada iklan rokok, isu ini hanya melibatkan pihak terkait produsen, biro iklan dan para akademisi.

### c. Definisi Manajemen Isu

Menurut Coates, Jarrat dan Heinz Gaunt & Ollenburger, 1995 :2 (dalam Kriyantono, 2012 : 162) manajemen isu adalah aktivitas yang diorganisasi (dalam suatu organisasi) untuk mengidentifikasi munculnya kecenderungan – kecenderungan situasi atau isu yang mungkin diprediksi dapat mempengaruhi aktivitas organisasi dalam beberapa tahun kedepan termasuk jangka pendek dan jangka panjang serta membangun strategi organisasi untuk meresponnya.

Dalam Kriyantono (2012) *The Public Affairs Council of America* mendefinisikan manajemen isu sebagai proses dimana organisasi dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi isu-isu pemerintahan yang kemungkinan dapat mempengaruhi organisasi secara signifikan isu tersebut dapat dijadikan prioritas bagi organisasi untuk meresponnya dengan baik (Tymson, Lazar & Lazar, 2004 : 392). Manajemen isu dan manajemen krisis merupakan dua hal yang berbeda namun tetap saling berhubungan, manajemen isu ini dilakukan sebagai bentuk antisipasi sebelum terjadinya krisis. Menurut Gaunt & Ollenburger (1995) dan Register & Larkin (2008) dalam Kriyantono (2012) bahwa organisasi dituntut untuk lebih proaktif dalam mengidentifikasi isu, hasil identifikasi berguna untuk :

- a. Menentukan strategi untuk merespon isu sebelum berkembang menjadi krisis.
- b. Mencari peluang untuk reposisi organisasi dan produk, artinya perusahaan ataupun organisasi mencari isu-isu apa yang dapat digunakan sebagai peluang pasar meningkatkan penjualan dan reputasi

Dalam menerapkan manajemen isu, organisasi harus berkomitmen menganggap public sebagai mitra, mitra ini dapat dibentuk melalui komunikasi dua arah, hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi gap yang terjadi diantara dua belah pihak sehingga dapat dicari solusinya.

#### **d. Fungsi Manajemen Isu**

Manajemen isu dilakukan sebelum krisis terjadi sebagai upaya antisipasi mencegah terjadinya krisis didalam organisasi dan tetap dilakukan saat krisis sedang berlangsung, untuk mengantisipasi, memonitor dan mengidentifikasi isu-isu selanjutnya yang kemungkinan akan terjadi. Menurut Kriyantono (2015:178) secara umum, manajemen isu mempunyai manfaat yang besar bagi eksistensi organisasi, antara lain :

##### **a) Menyeleksi Isu**

Proses manajemen isu diawali dengan aktivitas monitoring dan identifikasi isu. Proses mengidentifikasi isu ini dilakukan secara selektif dan menganalisis dengan cermat. Dalam proses ini menentukan apakah ada potensi masalah, apakah suatu

masalah berpotensi menjadi isu, apakah suatu risiko yang diperkirakan berpotensi menjadi isu. Isu-isu ini dapat berupa jangka panjang maupun jangka pendek . sedangkan proses selektif ini membatasi jumlah isu yang menjadi prioritas, yaitu memilih isu yang paling penting dan berpengaruh terhadap organisasi. Dari hasil identifikasi ini terdapat dua hasil yaitu isu yang berpotensi memiliki dampak negatif bagi citra dan reputasi serta isu yang tidak berpotensi negatif bagi citra perusahaan maupun organisasi di masa mendatang.

- b) Menentukan strategi untuk merespon isu sebelum isu berkembang menjadi krisis dan mempunyai dampak besar bagi organisasi

Strategi merespon isu ini merupakan bagaimana kita memberikan respon terhadap kritikan – kritikan dari pihak-pihak di luar organisasi bukan sekedar memberikan informasi. Pendekatan manajemen isu adalah bergerak dari yang hanya sekedar memberi informasi (*information base*) menuju mempertahankan posisi dengan menjawab kritikan (*advocacy position*) karena organisasi bukan pihak yang harus diam dalam sosial (*the silent children of society*).

Salah satu strategi yang dapat digunakan melalui *advocacy advertising*, yaitu iklan yang berisi pesan-pesan pembelaan atas kritik-kritik tetapi tetap didukung fakta-fakta. Selain itu langkah

lain yang dapat digunakan adalah memberikan perhatian penuh terhadap faktor –faktor yang menyebabkan ketidakpuasan public, menyelesaikan isu tersebut sebelum berkembang luas menjadi perhatian publik.

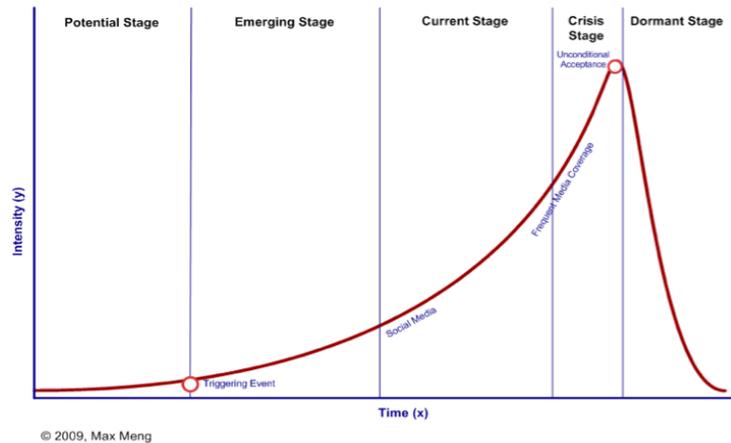
c) Mencari peluang untuk reposisi organisasi dan produk

Mencari peluang dalam hal ini adalah organisasi mencari isu-isu yang dapat menjadi peluang pasar meningkatnya penjualan dan reputasi. Seperti isu kesehatan dan pendidikan merupakan isu yang potensial eksis, jika dikelola dapat menjadi peluang positif mencari keuntungan organisasi. Menurut Horrison (2008 : 553) menyebutkan manajemen isu yang dilakukan dengan baik akan membuat “*the opportunity to make something happen for you not to you*”.

**e. Tahapan Isu**

Di dalam model yang dikembangkan oleh Hainsworth & Meng, proses isu dapat digambarkan sebagai siklus yang terdiri dari empat tahap (Nova : 2014)

## Issue Life Cycle



Issue life cycle

<http://www.alexanderps.com/Index>

### a) Tahap 1 : *Potential Stage*

Sebuah isu muncul ke permukaan ketika organisasi maupun perusahaan merasa memiliki kepentingan terhadap suatu masalah, atau isu juga dapat muncul sebagai konsekuensi perkembangan ataupun perubahan tren politik, undang-undang, ekonomi dan sosial. Dari sudut pandang manajemen, tren harus diidentifikasi sebagai awal kemuculan isu, biasanya tren yang teridentifikasi oleh para akademisi atau pakar, mereka menganalisis beberapa masalah, situasi, atau peristiwa yang berpotensi memiliki dampak serta membutuhkan respons dari sebuah institusi, organisasi, perusahaan maupun kelompok lain.

Isu mulai menguat saat sebuah organisasi atau kelompok berencana untuk melakukan sesuatu yang memiliki konsekuensi bagi orang atau kelompok lain. Kesadaran dan perhatian pada suatu kelompok menyebabkan keputusan mereka untuk melakukan sesuatu. Disini sudah jelas bahwa konflik mulai timbul. Jadi pada tahap awal setiap peristiwa yang mempunyai potensi untuk berkembang, biasanya belum terlihat oleh pakar ataupun menyita perhatian public, meskipun demikian beberapa ahli sudah mulai menyadari kehadiran isu tersebut.

b) Tahap 2 : *Emerging Stage*

Tahap ini mengidentifikasi terjadinya tekanan terhadap organisasi akibat isu yang terjadi. Dalam beberapa kasus, tekanan ini timbul akibat dari reaksi kelompok masyarakat yang mulai memberikan perhatian pada isu dan melegitimasi isu yang beredar. Media mulai memberitakan hingga isu tersebut berkembang menjadi sebuah isu publik, yang mau tidak mau penyelesaiannya harus mempertimbangkan opini publik. Pada tahap ini masih relatif mudah bagi organisasi untuk proaktif dalam pencegahan atau menghentikan perkembangan isu tersebut, akan tetapi terkadang beberapa perusahaan maupun organisasi mengabaikan tahap ini. Mungkin mereka kesulitan dalam menentukan apakah isu tersebut penting atau tidak. Perusahaan hanya berharap semoga isu ini cepat berlalu, karena biasanya manajemen perusahaan lebih fokus pada

masalah lain yang dianggap lebih penting. Meski sulit mengetahui apakah isu ini akan berlalu begitu saja atau meningkat intensitasnya, idealnya sebuah organisasi ataupun perusahaan tidak hanya berdiam diri.

Faktor yang paling dominan dalam perkembangan isu pada tahap ini adalah pemberitaan media. Sebelum isu masuk ke tahap berikutnya, pihak yang terlibat seringkali mencoba untuk menarik perhatian media sebagai alat untuk mempercepat perkembangan isu. Sebagai upaya mengatasi hal ini, perusahaan maupun organisasi sangat penting untuk melakukan monitoring media secara rutin terhadap dinamika bisnis, peraturan perundang-undangan dan perubahan sosial dalam rangka untuk mengidentifikasi isu serta memformulasikan rencana untuk mengelola isu tersebut.

c) Tahap 3 & 4 : *Current Stage* dan *Crisis Stage*

Tahap *current stage* merupakan isu telah berkembang dan menyebabkan dampak yang serius karena isu telah menjadi opini public dan menyebar dengan intensitas yang tinggi. Dalam tahap ini, perubahan status *current stage* menjadi krisis sangat cepat dan mungkin institusi formal seperti pemerintah ikut campur tangan dalam menyelesaikan masalah yang terjadi.

d) Tahap 5 : *Dormant Stage* atau *resolution*

Pada dasarnya organisasi dapat mengatasi isu ini, setidaknya pemberitaan media mulai menurun, public puas karena pertanyaannya seputar isu dapat terjawab dan perhatian masyarakat mulai menurun karena berjalannya waktu dan ada solusi dari organisasi maupun pemerintah. Isu yang dibiarkan melambat laun akan menjadi sebuah krisis, sebuah isu mendapatkan perhatian public, apalagi masuk kedalam ranah hukum untuk meredakan dampaknya menjadi lebih sulit, lama dan membutuhkan biaya yang besar. Namun setelah mencapai puncaknya, cepat atau lambat isu juga akan hilang dimakan waktu atau teralihkan oleh isu lain yang lebih panas. Isu dapat dikatakan berakhir sampai seseorang memunculkan kembali dengan pemikiran yang berbeda dan persoalan baru yang masih memiliki keterkaitan dengan isu sebelumnya.

f. **Strategi *Public Relations* dalam Menerapkan Manajemen Isu**

Hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan manajemen isu, organisasi harus berkomitmen bahwa publik dianggap sebagai mitra mereka, kemitraan ini dapat dibentuk hanya melalui komunikasi dua arah yang simetris. Melalui komunikasi ini akan memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak, menurut Kriyantono (2015 :181) keuntungan dari komunikasi simetris ini antara lain public tidak merasa diskontrol oleh organisasi dan gap antara organisasi dan

publik dapat diidentifikasi untuk kemudian dicari jalan pemecahnya.

Dalam praktik manajemen isu, Menurut Chase & Jones tahun 1997 dalam Kriyantono (2015) model proses manajemen isu memiliki lima tahapan yang bersifat universal dan sudah menjadi standar internasional. Kelima tahapan ini sebagai berikut :

a) Mengidentifikasi isu

*Public Relations* maupun organisasi mesti mengenal dahulu isu-isu yang diasumsikan dapat mempengaruhi organisasi. Untuk mengenal isu-isu tersebut PR dalam tahap ini harus mampu mengidentifikasi isu-isu tersebut, proses identifikasi ini dapat digunakan dengan beberapa cara antara lain :

- 1) *Polling* opini, PR ataupun tim manajemen isu menyediakan daftar pertanyaan yang disebarikan kepada public, bisa ditempel di majalah internal, *newsletter* maupun via pos
- 2) Menggelar FGD dengan para pemuka pendapat (*opinion leader*)
- 3) Monitoring berita-berita di media, kegiatan mengkliping atau merekam pemberitaan media massa
- 4) Menyediakan kotak opini publik untuk menampung opini publik internal, public menulis disecarik kertas untuk menyampaikan aspirasi dan terjaminnya kerahasiaan penulis

- 5) Secara aktif melakukan “*Management by walking around*” dengan menjalin komunikasi kepada kelompok publik, mengunjungi dan mengobrol secara langsung untuk menampung aspirasi mereka. Dalam hal ini dilakukan pendekatan personal tidak ada jarak fisik sehingga dapat mendekatkan jarak psikologi yang menimbulkan ikatan emosi maupun empati yang kuat. PR maupun tim manajemen isu dapat secara langsung menyampaikan informasi sehingga meminimalisir kesalahan persepsi dan menghentikan rumor yang telah tersebar
  - 6) Memonitor dan menjalin relasi melalui sosial media, hal ini memungkinkan public menyampaikan pendapat dan perasaannya secara terbuka dan bebas selain itu PR maupun organisasi dapat langsung memberikan respon cepat terhadap opini tersebut. strategi monitoring merupakan proses yang berkesinambungan dalam operasional organisasi dan akan semakin meningkat frekuensinya jika terjadi krisis.
- b) Melakukan evaluasi dan analisis isu-isu yang ditemukan

Pada tahap ini merupakan upaya menganalisis penyebab isu dan kemungkinan akibatnya bagi aktivitas organisasi. Tujuan tahap ini adalah mengetahui isu sebenarnya, penyebabnya dan dari mana asal sumber isu tersebut. pada proses ini diperkuat dengan riset yang bertujuan mengidentifikasi opini-opini para pemuka pendapat

atau figur yang berpengaruh di masyarakat. PR ataupun tim manajemen isu dapat membuat *list* isu atau mengkategorikan isu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Pengkategorian isu dapat dikelompokkan berdasarkan akibat ataupun penyebabnya isu terjadi dan penting tidak isu tersebut. PR dapat menggunakan kriteria seberapa besar dampak yang diakibatkan dan seberapa besar jumlah publik yang terlibat dan dipengaruhi isu dalam Kriyantono (2015).

- c) Merumuskan program yang dilakukan organisasi untuk merespon isu serta merumuskan strategi alternatif untuk mengubah isu

Pemberian respon dapat diartikan sebagai menyampaikan posisi/sikap organisasi terhadap isu, maksudnya program-program kegiatan tersebut diaplikasikan untuk mempresentasikan tujuan-tujuan dan opini organisasi terhadap isu serta mempengaruhi publik terhadap isu. Pada tahap ini dapat disebut sebagai strategi untuk mengubah isu, artinya organisasi menentukan sikap untuk merespon isu agar menguntungkan bagi kemajuan organisasi.

- d) Pelaksanaan program

Pada tahap ini organisasi melaksanakan program-program yang telah direncanakan dalam merespon isu. Hal ini dilakukan sebagai upaya nyata dalam meminimalisir gap yang terjadi antara organisasi dengan publiknya. Aksi nyata menunjukkan bahwa organisasi telah mengubah sikap, yaitu dalam merancang program

strategis yang didasarkan pada kepentingan publik. Termasuk dalam pelaksanaan program, PR maupun tim manajemen harus mengkomunikasikan program tersebut kepada publik dan disisi lain organisasi juga harus mengintegrasikan seluruh komponen organisasi.

e) Mengukur program dan evaluasi

Untuk menilai apakah upaya respon isu berjalan dengan baik, maka diperlukan program riset. Metodenya sama seperti pada proses tahap sebelumnya mulai dari riset untuk identifikasi isu-isu setelah program di laksanakan. Proses ini disebut sebagai proses PR, karena diawali dan di akhiri dengan riset. Dari beberapa aktivitas diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen isu bukan hanya mengenai scan lingkungan, memonitor berita-berita, tetapi seluruh aktivitas yang menyeluruh dan melibatkan semua elemen organisasi.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada penelitian terdahulu yang membahas tentang manajemen isu, antara lain sebagi berikut :

1. Wahyu Anggoro (2013) yang membahas tentang manajemen isu PT Pertamina Persero Marketing Operation region II Palembang terkait kasus kelangkaan bahan bakar minyak. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang dilakukan

dibagian manajemen dalam organisasi tersebut dan melibatkan seluruh komponen organisasi. Narasumber dalam penelitian ini terdapat lima orang yang berasal dari tim manajemen isu PT Pertamina dan satu narasumber berasal dari media cetak surat kabar Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan proses manajemen isu secara responsif, dalam proses manajemen isu yang dilakukan perusahaan *public relations* memiliki peranan dalam memberikan penjelasan terhadap lingkungan media atas kondisi yang terjadi dalam perusahaan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan deskriptif kualitatif dan membahas tentang manajemen isu yang dilakukan oleh organisasi. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terletak pada obyek, penelitian Wahyu merupakan perusahaan yaitu PT Pertamina dengan kasus isu kelangkaan bahan bakar sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan instansi pemerintahan yaitu Dinas Perhubungan dalam menangani isu kebijakan area bebas parkir.

2. Megya Rosetyana (2013) membahas tentang manajemen isu untuk mendapatkan penerimaan *public* (studi kasus isu pencemaran limbah PT IKPP Serang, Tbk tahun 2012). Jenis penelitian ini kualitatif menggunakan metode studi kasus, hasil dalam penelitian ini adalah berupa program manajemen isu yaitu perizinan dan

advokasi, CSR, kerjasama, audit lingkungan dan pelaksanaan rekomendasi KLH, tujuan program ini bertujuan untuk mendapatkan penerimaan publik yaitu pemerintah dan masyarakat.

Penelitian Megya ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama-sama penelitian kualitatif yang membahas tentang manajemen isu, namun dalam penelitian Megya ini terfokus pada kasus pencemaran limbah PT IKPP sehingga metode yang digunakan adalah studi kasus. Sedangkan peneliti membahas tentang manajemen isu Dinas Perhubungan dalam kebijakan area bebas parkir metode yang digunakan deskriptif kualitatif.

3. Laila Aryani (2014) penelitian yang membahas tentang analisis manajemen isu Partai Politik dalam manajemen isu Tim Pemenangan YURO dalam pilkada Karanganyar tahun 2013-2018. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dan informan atau narasumber berjumlah empat orang, teknik penentuan informan menggunakan teknik sampling *snowball*, yaitu menemukan seseorang yang terlibat dan menangani isu yang terjadi, kemudian orang tersebut menunjuk beberapa informan lainnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tim pemenang pasangan YURO melakukan manajemen isu melalui lima tahap yaitu mengidentifikasi isu, menganalisis isu, menentukan strategi perubahan, pemograman aksi isu dan melakukan evaluasi.

Persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian Laila ini sama-sama membahas manajemen isu dan menggunakan metode deskriptif kualitatif, namun penelitian ini fokus kegiatan manajemen isu kampanye Partai Politik sedangkan peneliti fokus pada kegiatan manajemen isu kebijakan Dinas Perhubungan serta teknik penentuan informan, dalam penelitian Layla menggunakan sampling *snowball* sedangkan peneliti menggunakan kriteria informan.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang instrumen utamanya berupa pengumpulan data dan analisis, secara langsung peneliti harus terjun kelapangan, mendatangi orang-orang, lokasi atau instansi untuk melakukan pengamatan dalam latar belakang alamiahnya.

Menurut Moh. Nazir (2011:54) penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun kelas peristiwa di masa sekarang, Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena.

Sesuai dengan pengertian diatas, alasan peneliti menggunakan metode ini karena penelitian ini ditujukan untuk menyelidiki secara rinci aktivitas dan pekerjaan yang dilakukan Dinas Perhubungan dalam mengelola isu kontra yang terjadi antara Dinas Perhubungan dengan publiknya yang terkena dampak dari program penataan kawasan Jeron Beteng Yogyakarta, apakah isu dapat dikelola dengan efektif dan efisien, sesuai dengan standar yang berlaku.

Data-data mengenai hal ini , diselidiki kemudian dianalisis, diberikan interpretasi serta ditarik kesimpulan dan di generalisasikan untuk menetapkan sifat-sifat dan kriteria yang baik sebagai bahan rekomendasi untuk keperluan dimasa mendatang.

## **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dimulai pada bulan Februari hingga Juli 2016 dilakukan di area kerja Dinas Perhubungan khususnya bagian Bidang Lalu Lintas dan Tata Kota yang menangani masalah tersebut. Kantor Dinas Perhubungan berada di jalan Imogiri No 1, Terminal Giwangan , Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **3. Obyek Penelitian**

Obyek dari penelitian ini adalah bidang Lalu Lintas dan Angkutan Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta karena dalam penelitian ini memfokuskan pada aktivitas bidang Lalu Lintas dan Angkutan dalam melakukan manajemen isu yang terjadi akibat diberlakukannya kebijakan area bebas parkir dan pelarangan bus

pariwisata masuk Jeron Beteng dalam program penataan kawasan tersebut, hal ini menyebabkan beberapa kelompok masyarakat kehilangan mata pencarian.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Moh Nazir (2011 : 174) pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Sedangkan pengertian lain menurut Bungin (2001:129) teknik pengumpulan data merupakan suatu bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Data-data tersebut digunakan untuk menguji rumusan masalah yang telah dibuat. Dalam hal ini data–data yang dibutuhkan peneliti akan dikumpulkan melalui beberapa cara sebagai berikut :

##### **A. Data Primer**

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung melalui sumbernya berupa informasi-informasi yang diperoleh peneliti melalui observasi lapangan kemudian di amati dan diteliti oleh peneliti. Adapun metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data primer adalah sebagai berikut ini :

##### **1) Wawancara Mendalam (*in-depth interview*)**

Menurut Nazir Moh (2011 :193) wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan

*interview guide* (panduan wawancara). Secara umum wawancara dapat disimpulkan sebagai bentuk percakapan yang berisi tanya jawab dengan tatap muka yang merupakan proses dari pengumpulan data untuk penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, yaitu teknik wawancara dimana peneliti terlibat langsung dalam kehidupan sosial sosial yang cukup lama. Tujuannya adalah agar peneliti dapat memperoleh informasi selengkap-lengkapnyanya terkait aktivitas manajemen isu Dinas Perhubungan dalam mengelola isu. Untuk melakukan wawancara tersebut, peneliti memilih informan dengan teknik *key informan* yang peneliti tentukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang mendukung.

Teknik *key informan* yang digunakan peneliti adalah *purposive*, merupakan teknik pemilihan informan berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap memiliki hubungan dengan pelaksanaan aktivitas manajemen isu Dinas Perhubungan yang dilakukan oleh bidang lalu lintas dan angkutan sehingga data yang dihasilkan relevan sesuai dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

Adapun kriteria-kriteria informan tersebut adalah sebagai berikut :

**a. Kepala Bidang Perparkiran**

Bapak Lukman sebagai Kepala Dinas Bidang Perparkiran bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas Dinas Perhubungan dalam melakukan manajemen isu terkait program kebijakan area bebas parkir, segala kebijakan pasti melalui pertimbangannya dan persetujuannya termasuk dalam pengambilan keputusan terkait solusi untuk menyelesaikan permasalahan terkait kebijakan pengelolaan area bebas parkir kawasan Jeron Beteng

**b. Kepala Bidang Lalu lintas dan Angkutan**

Golkari Made Yulianto sebagai Kepala Bidang Lalu Lintas dan Angkutan yang bertanggung jawab atas pengumpulan data, informasi, permasalahan dan menyelenggarakan upaya pemecahan masalah yang berkaitan dengan program penataan kawasan Jeoron Beteng.

**c. Seksi Optimasi Parkir**

dalam hal ini Bapak Immanudin Aziz karena beliau bertanggung jawab dalam pelaksanaan teknis, sarana dan prasarana serta menjalankan tugas yang diberikan oleh Kepala Dinas.

**d. Pelaku wisata yang terkena dampak kebijakan (juru parkir )**

Juru parkir yang menjadi informan merupakan juru parkir yang sudah lama bekerja sebagai tukang parkir, terkena dampak kebijakan dari relokasi parkir yang berada di alun-alun maupun Malioboro.

**e. Pelaku Wisata**

Pelaku wisata merupakan pengunjung atau wisatawan Malioboro dan Jeron Beteng lokal maupun luar daerah yang merasakan dampak atau akibat dari kebijakan area bebas parkir

**B. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literature-literature kepustakaan dan dokumen-dokumen yang berkaitan tentang dengan penelitian. Adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder, peneliti menggunakan beberapa cara sebagai berikut :

**1) Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan teknik cara mengumpulkan data dari berbagai sumber pustaka melalui referensi seperti buku, Koran, bulletin, majalah, dokumen resmi yang berkaitan dengan penelitian .

## 2) Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan studi pustaka, peneliti mengumpulkan data berupa bahan – bahan tertulis, seperti dokumen administrasi, surat edaran, media buku pendukung, laporan hasil penelitian, brosur.

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam sebuah pola, kategori maupun urutan dasar. Analisis deskriptif menggunakan pengelola data kualitatif, berupa uraian- uraian yang menjelaskan permasalahan dan tidak diperlukan data berupa angka. Kemudian dilakukan penafsiran yaitu membedakan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola-pola uraian dan mencari hubungan di antara dimensi uraian tersebut. Hasil data dari penelitian ini digambarkan dengan kata-kata dan kalimat untuk memperoleh kesimpulan. Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis data sebagai berikut :

### a. Pengumpulan data

Mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian melalui wawancara, dokumen berupa buku, Koran , majalah, literatur dan sumber lainnya yang berkaitan dan menunjang penelitian.

### b. Mereduksi data

Reduksi merupakan proses pemilihan, pemusatan atau penyederhanaan, pegabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari lapangan. Reduksi adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data- data yang tidak diperlukan sehingga dapat ditarik kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan cara membuat ringkasan, mengkode data, menelusur tema dan membuat gugus-gugus.

c. Penyajian data

Penyajian data adalah penyusunan, pengumpulan informasi dalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah untuk dipahami. Konfigurasi ini memungkinkan untuk dilakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

d. Penarikan kesimpulan

Setelah dilakukan pengumpulan data, peneliti mencari makna-makna dari data yang terkumpul, selanjutnya peneliti mencari arti dan penjelasan kemudian menyusun pola-pola hubungan tertentu menjadi sebuah informasi yang mudah untuk dipahami. Data yang terkumpul di susun menjadi satuan-satuan kemudian dikategorikan sesuai dengan permasalahannya. Kemudian dibandingkan dan di hubungkan satu sama lain lalu ditarik menjadi sebuah kesimpulan.

## 6. Uji Validitas Data

Dalam uji validitas data peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda, cara ini digunakan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh. Teknik ini dilakukan dengan :

- a. Membandingkan hasil data pengamatan dengan wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perseptif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen terkait penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua cara yaitu dengan membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang serta membandingkan hasil wawancara dengan isu dokumen terkait penelitian seperti Koran , dokumen administratif dan lain-lain.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan disusun untuk mempermudah penyajian data dan mempermudah proses penyajian dari hasil analisis data, penelitian akan disusun menjadi empat bab, yaitu :

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Didalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah tentang manajemen isu Dinas Perhubungan dalam kebijakan area bebas parkir kawasan Jeron Beteng, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian teori yang digunakan humas pemerintah, manajemen, isu dan manajemen isu. Jenis penelitian adalah kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, obyek dan lokasi penelitian adalah Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, studi pustaka dan dokumentasi serta teknik analisis data. Bab ini digunakan sebagai pendahuluan dan pengantar dari pembahasan dalam penelitian ini.

### **2. BAB II GAMBARAN UMUM DINAS PERHUBUNGAN**

Didalam bab ini membahas tentang gambaran umum dan profil Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta, yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait obyek penelitian, profil visi dan misi, struktur organisasi, kegiatan dalam organisasi, kebijakan dan lain-lain.

### **3. BAB III PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang sajian data dan hasil analisis peneliti yang dikaji melalui metodologi yang sudah diuraikan sebelumnya, terkait tentang manajemen isu Dinas Perhubungan dalam kebijakan area bebas parkir dikawasan Jeron Beteng.

### **4. BAB IV PENUTUP**

Pembahasan dari bab empat ini adalah berupa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi obyek penelitian maupun pihak yang terlibat dan berkepentingan serta peneliti yang menggunakan metoda sama dimasa yang akan datang.