

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. M., & Putri, G. (2021). THE SURABAYA CITY GOVERNMENT CRISIS COMMUNICATION STRATEGY THROUGH “BANGGA SURABAYA” MEDIA. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 4(1), 64-76
- A, Qotrun. “Pengertian Metode Observasi dan Contohnya”, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-metode-observasi-dan-contohnya/>. (Diakses pada 23 November 2023)
- Adryamarthanino, Verelladevanka. “Sejarah dan Perkembangan Televisi di Indonesia”. *Kompas.com*: 2022. (Diakses pada 2 April 2023).
- Alisty, Diandra Nessia. “Konvergensi Media: Pengertian dan Dampaknya”. *perpustakaan.bsn.go.id*: 2022. (Diakses pada 6 April 2023).
- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnal*. (Diakses pada 2 April 2023)
- Bekti Nugraha Samsuri. *PERS Berkualitas, Masyarakat Cerdas*. Jakarta: Dewan Pers. 2013
- Coombs, W. T. (2015). *On Going Crisis Communication Planning, Managing, and Responding (Fourth)*. University of Central Florida.
- Coombs, W. T. (2015). *On Going Crisis Communication Planning, Managing, and Responding (Fourth)*. University of Central Florida.
- Cutlip, Scott dkk. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group. Hal 62
- Dayana, Poppy. " Konvergensi Media Massa: Studi Strategi Survive Pada Harian Berita Kota Makassar". *Skripsi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar*. 2021.
- Fink, Steven. (1986). *Crisis Management: Planning for the Inevitable*. New York: AMACOM. Diakses pada 20 Juli 2023.

- Hayati Mardhiah, "Manajemen Krisis PT. Duta Palma Nusantara Dalam Menangani Sengketa Lahan di Kabupaten Kuantan Singingi". (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Pekanbaru, 2016), 24
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia. (Diakses pada 6 mei 2023).
- Jainita, Ulfa." Jumlah Penonton TV di Indonesia". *Antaraneews.com*: 2022. (Diakses pada 2 April 2023).
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. 2004. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pertama Erlangga. Hal 9-10.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pusaka Utama Grafiti.
- KBBI, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> (Diakses pada 23 November 2023)
- Kurniawan, Anto. [www.ekbis.sindonews.com](http://www.ekbis.sindonews.com). "Rhenald Kasali: Krisis Merupakan Energi Besar untuk Transformasi", <https://ekbis.sindonews.com/read/136666/34/rhenald-kasali-krisis-merupakan-energi-besar-untuk-transformasi-1597723714>. Diakses pada 23 November 2023
- Majid, Abd. " Tren Pergeseran Media Konvensional Ke Era Digitalisasi (Studi Kasus Konvergensi Media Di Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat." *Jurnal Universitas Muslim Indonesia*. Vol: 12. No 1. Mei 2019.
- Muh. Fitrah dan Luthfiyah, "Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus", (Sukabumi: CV Jejak, 2017), Hal. 28.
- Nur Alinie Wisudani, "Skripsi: Manajemen Krisis Public Relations PT Pertamina (Persero) Unit Pengolahan Cilacap", (Surabaya: Universitas Airlangga, 2009).
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Hal 5 dan 9.

- Putri, Vanya Karunia M. “10 Pengertian HUMAS Menurut Para Ahli”. Kompas.com (Diakses Pada 23 November 2023)
- Rachmat Kriyanto, *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis dan Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012), 173.
- Sabbri. M, *BAB II Tinjauan Pustaka*, Penerbit: Universitas Islam Riau, 2018. (Diakses pada 31 Maret 2023).
- Salmaa. “Penelitian Studi Kasus: Pengertian, Jenis dan Contoh Lengkapnya”. Duniadosen.com. (Diakses Pada 20 April 2023).
- Setyowati, Y. “Analisis Peran Religiusitas Dalam Peningkatan Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Amil Zakat”. STIE Indonesia, Jakarta: 2020. (Diakses Pada 20 April 2023).
- Sitanggang, Debora. “Purposive Sampling adalah: Berikut Contoh, Tujuan, dan Rumusnya”. Detik.com. (Diakses pada 5 Mei 2023)
- Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 184.
- Suharyanti, Achmad Hidayat S. “Analisis Krisis Pada Organisasi Berdasarkan Model Anatomi Krisis dan Perspektif Public Relations. 2007. (Diakses pada 23 November 2023)
- Zainal Arifin, “Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru”, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hal. 29.
- Zuchri Abdussamad, 2021, “Metode Penelitian Kualitatif”, Makassar: CV. Syakir Media Press, hl. 147.
- Zuchri Abdussamad, 2021, “Metode Penelitian Kualitatif”, Makassar: CV. Syakir Media Press, hl. 146.

## LAMPIRAN

### A. Pedoman Wawancara

#### 1) Panduan Wawancara Tim Manajemen Krisis LPPL Temanggung TV

Untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang dikaji dalam penelitian dengan judul “Manajemen Krisis Public Relations Temanggung TV Dalam Menjaga Eksistensi Media Konvensional di Era Digital” ini, maka indikator pertanyaan yang diajukan kepada Dewan Pengawas LPPL Temanggung TV selaku *Key Informant* atau informan kunci adalah sebagai berikut:

##### a. Identifikasi Krisis di LPPL Temanggung TV

1. Sebagai pimpinan dari LPPL Temanggung TV, bagaimana gambaran sebuah krisis menurut anda?
2. Apakah kemunculan media digital saat ini termasuk ke dalam krisis? Mengapa?
3. Apakah anda melakukan identifikasi untuk mengetahui penyebab dari munculnya krisis karena adanya perkembangan teknologi media digital?
4. Menurut anda, bagaimana proses dari suatu hal atau kejadian bisa dinyatakan sebagai krisis?
5. Sebagai pimpinan dari LPPL Temanggung TV, apakah ada tinjauan terhadap sebab dan akibat dari krisis yang terjadi?
6. Apakah sebagai bagian dari manajemen puncak yang menangani krisis melakukan kerjasama dengan pihak lain dalam prosesnya?

##### b. Analisis Krisis yang terjadi di LPPL Temanggung TV

1. Apakah sebagai bagian dari manajemen puncak yang menangani masalah ini melakukan analisis krisis yang terjadi?
2. Apakah anda sebagai pimpinan LPPL Temanggung TV membentuk tim manajemen yang menangani krisis yang terjadi?
3. Program jangka panjang atau pendek apa yang telah disusun untuk krisis eksistensi media konvensional khususnya Temanggung TV di era digital saat ini?

4. Dampak apa yang ditimbulkan dari krisis yang terjadi baik internal maupun eksternal?
- c. Isolasi Krisis yang terjadi di LPPL Temanggung TV**
1. Apakah tim manajemen yang menangani krisis melakukan isolasi krisis yang terjadi agar tidak membesar?
  2. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan supaya krisis yang serupa tidak terjadi lagi dikemudian hari?
- d. Pemilihan strategi terhadap krisis yang terjadi di LPPL Temanggung TV**
1. Apakah tim manajemen yang menangani krisis menyampaikan informasi secara objektif kepada staff dan tim produksi LPPL Teanggung TV?
  2. Platform media apa saja yang kemudian di optimalkan untuk penanganan krisis?
- e. Program Pengendalian Krisis di LPPL Temanggung TV**
1. Bagaimana mengetahui keberhasilan dari langkah-langkah identifikasi krisis yang disusun untuk mengatasi krisis?
  2. Kendala seperti apa yang dialami selama proses penanganan krisis?
  3. Bagaimana evaluasi dari pelaksanaan manajemen krisis yang dilakukan?
  4. Apakah ada langkah monitoring yang dilakukan terkait dengan krisis? Bagaimana?

## B. Transkrip Wawancara

### 1) *Key Informant* (Informan Utama)

Nama : Hamidulloh Ibda, M. Pd

Jabatan : Pimpinan LPPL Temanggung TV

Waktu : 18 Agustus 2023

Tempat : Panggilan Video *Whatsapp*

**Peneliti** : Selamat sore, sebelumnya perkenalkan saya Indah Puspita Sari, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dimana saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (Skripsi) di LPPL Temanggung TV. Mohon izin untuk memulai sesi wawancara. pada kesempatan ini saya akan mengajukan beberapa pertanyaan untuk berkenan di jawab.

**Bpk Ibda** : Baik mbak, silahkan bisa dimulai.

**Peneliti** : Berdasarkan profil yang saya baca melalui website, saya mengetahui bahwa bapak merupakan pimpinan di Temanggung TV sekaligus wakil rektor dari Institut Islam Nahdlatul Ulama Temanggung. Bolehkah diceritakan bagaimana proses bapak menjadi bagian dari LPPL Temanggung TV sebagai pengawas hingga menjadi Kepala LPPL Temanggung TV saat ini?

**Bpk Ibda** : Pada awalnya sebelum saya menjadi Dirut Temanggung TV, saya diberikan tawaran oleh pihak sekda yang mengelola Temanggung TV saat itu untuk menjadi bagian dari Dewan Pengawas bersama dengan dua orang lainnya. Beberapa tahun setelahnya kemudian ada perubahan struktural dimana saya menjadi sekretaris sampai pada periode 2021-2022. Nah baru pada tahun 2023 saya resmi menjabat sebagai PJs Direktur Utama atau kepala Temanggung TV sebutan gampangnya menggantikan Ibu Woro yang akan purna pada saat itu.

**Peneliti** : baik, berarti bapak sudah menjadi bagian dari Temanggung TV saat awal pendiriannya ya

**Bpk Ibda** : Ya, bisa dikatakan seperti itu. Jadi naik turunnya itu ya saya juga melihatnya sendiri.

**Peneliti** : Baik, kalau begitu menurut bapak krisis itu seperti apa dan bisa digambarkan secara singkat pak?

**Bpk Ibda** : krisis kalau menurut saya itu ya menyangkut suatu masalah mbak, dalam kasus di Temanggung TV krisis yang terjadi bisa berupa masalah sarana dan prasarana yang dimiliki, Sumber Daya Manusianya yang beraneka ragam dan tidak menutup kemungkinan krisis dari pihak eksternal yang bisa saja mengganggu citra atau operasional dari Temanggung TV itu sendiri.

**Peneliti** : Menurut bapak, apakah kemunculan dari media digital saat ini termasuk ke dalam krisis? Mengapa?

**Bpk Ibda** : nah itu dia mbak, jaman sekarang itu siapa yang ndak punya smartphone atau hp. Kalau dilakukan survey mungkin mayoritas masyarakat dari berbagai kalangan usia pasti punya smartphone setidaknya satu kan?

**Peneliti** : Iya betul pak, bahkan anak-anak juga sekarang kalau ditanya mau apa mintanya sudah hp.

**Bpk Ibda** : nah kalau mayoritas sudah punya smartphone kan otomatis mereka lebih banyak dapet informasi dari media digital itu kan, apalagi sudah lebih cepat dan gampang. Mau nyari apa aja udah gampang dicari dari smartphonenya. Jadi secara tidak langsung tentu media digital bisa menjadi krisis untuk Temanggung TV karena bisa mengancam popularitas TV jika terus dibiarkan saja.

**Peneliti** : Saya juga setuju pak, sekarang berita lebih cepat tersebar lewat media digital. Tingga scrolling saja sudah ketemu. Kalau begitu apakah dari manajemen Temanggung TV sendiri melakukan identifikasi untuk mengetahui penyebab dari munculnya krisis karena media digital pak?

**Bpk Ibda** : Tentu untuk bisa tahu bagaimana menyikapi krisis ada riset yang kami lakukan mbak, karena kalau dilihat dari perilaku dan lingkungan masyarakat saat ini juga sudah kelihatan apa penyebabnya kan? Karena ya kita tidak bisa menolak adanya perkembangan teknologi to, apalagi kemarin pas pandemic teknologi malah sangat membantu.

**Peneliti** : Iya pak, perkembangan teknologi memang tidak bisa ditolak apalagi dicegah. Lalu dengan adanya media digital ini menurut bapak bagaimana kejadian tersebut menjadi sebuah krisis?

**Bpk Ibda** : sesuatu yang sudah disusun dan dilaksanakan dengan baik kemudian mengalami kendala yang menghambat jalannya program itulah yang saya katakan sebagai krisis. Jadi seharusnya ada proses identifikasi dan membuat langkah-langkah penanganan supaya krisis bisa dikontrol dan ditangani dengan baik begitu mbak.

**Peneliti** : Lalu apakah ada tinjauan yang dilakukan terhadap sebab-akibat dari krisis yang terjadi pak?

**Bpk Ibda** : Kalau hanya pantauan dari meningkat atau menurunnya penonton program TV selalu dilakukan mbak, tapi ya bagaimana kami belum menemukan cara yang tepat untuk meningkatkan view yang bisa menarik minat anak-anak muda. Tapi dalam beberapa kesempatan seperti acara HUT Kota Temanggung atau acara besar-besar begitu penontonnya lebih banyak dari biasanya.

**Peneliti** : Kalau saya tiap tahun nonton karnaval itu juga pak, kadang lewat TV kadang youtube juga, soalnya walaupun gak dirumah penasaran juga sih pak sama acaranya gitu.

**Bpk Ibda** : lah itu salah satunya, anak-anak yang diluar kota lebih banyak nontonnya lewat streaming youtube kan?

**Peneliti** : Benar pak. Menanggapi krisis tersebut apakah ada kerjasama dengan pihak lain dalam proses penanganan krisisnya pak?



**Bpk Ibda** : Beberapa tahun ini kami sedang melaksanakan program talkshow bersama dengan OPD-OPD di Temanggung secara rutin dan terjadwal mbak.

**Peneliti** : Apakah di Temanggung TV sendiri ada divisi khusus yang tugasnya menangani krisis secara khusus pak seperti?

**Bpk Ibda** : Saat ini kami sedang mengupayakannya mbak, karna di Temanggung TV belum ada divisi khusus yang menangani krisis jadi kami membentuk tim yang terdiri dari perwakilan beberapa divisi yang ada.

**Peneliti** : Lalu dari divisi yang telah dibentuk tersebut sudah ada program jangka panjang yang akan dilakukan terkait dengan krisis tersebut pak?

**Bpk Ibda** : kalau program jangka panjang sementara ini belum bisa menjadi keputusan final ya mbak karna masih dirundingkan juga, tapi selama proses itu kami mengupayakan untuk mengikuti tren digital.

**Peneliti** : Kalau boleh tau mengikuti tren digital tersebut meliputi kegiatan apa saja pak?

**Bpk Ibda** : ya kita mulai dari upload program-program acara yang berjalan ke youtube, intagram sama facebook mbak.

**Peneliti** : Apakah dari krisis tersebut ada dampak yang ditimbulkan baik yang terjadi di internal maupun eksternal?

**Bpk Ibda** : kalau secara internal jadi menambah jobdesk kepada beberapa divisi ya mbak selain itu kalau secara eksternal jumlah penonton tiap program itu jadi belum ada peningkatan secara signifikan begitu mbak.

**Peneliti** : Baik pak, lalu apakah ada isolasi atau pemisahan supaya krisis tidak semakin membesar?

**Bpk Ibda** : Saat ini kita perlu mengimbangi media digital dulu mbak, jadi yang menjadi fokus utama sekarang itu ya melakukan konvergensi media dulu.

**Peneliti** : Lalu langkah-langkah apa saja yang dilakukan supaya krisis tersebut tidak terjadi lagi?

**Bpk Ibda** : kalau menyangkut perkembangan teknologi itu kan tidak ada berhentinya ya mbak, jadi ada kemungkinan krisis ini bisa terjadi lagi dengan skala dan pokok permasalahan yang mungkin berbeda. Jadi karna kita sudah bisa memprediksi setidaknya bisa membuat langkah persiapan dulu, seperti memperbaiki sistem SDM dsb.

**Peneliti** : Dari berbagai program dan langkah perencanaan yang dilakukan, bagaimana tim manajemen krisis tersebut menyampaikan informasi kepada anggota staff dan tim produksi lainnya?

**Bpk Ibda** : Jadi, tim manajemen yang dibentuk ini kan terdiri dari kepala dari beberapa bidang sehingga jika ada informasi yang perlu dibagikan ke staff dan tim produksi lainnya maka mereka juga bertugas untuk menyampaikannya. Sehingga bisa meminimalkan miss komunikasi.

**Peneliti** : Kalau boleh tau, sebagai langkah dari konvergensi media yang dilakukan platform apa saja yang digunakan pak?

**Bpk Ibda** : Untuk sekarang baru coba fokus ke Youtube mbak, sama ini, Temanggung TV sekarang sudah beralih ke siaran digital dan vidio.com jadi lebih mudah diakses juga.

**Peneliti** : Baik pak, lalu bagaimana cara bapak bersama dengan tim mengetahui keberhasilan dari setiap langkah penanganan krisis yang dilakukan?

**Bpk Ibda** : Selama proses penanganannya tentu ada beberapa kendala yang bisa diprediksi dan tidak terduga, kalau yang bisa diprediksi ya kita juga melakukan pencegahan atau antisipasi kalau yang tidak terduga setidaknya kita harus berpikir cepat toh? Biar masalahnya bisa ditangani dan tidak menghambat yang lainnya.

**Peneliti** : Kalau boleh tau kendala-kendala apa saja yang dialami selama proses penanganan krisis tersebut pak?

**Bpk Ibda** : Dari pengamatan kami selama ini mbak, kendalanya itu ada di SDM. Selain itu sepertinya masih aman-aman saja.

**Peneliti** : Kendala SDM yang dimaksud itu seperti apa pak?

**Bpk Ibda** : Jadi di Temanggung TV itu masih punya keterbatasan pengetahuan soal pengelolaan media social yang secara professional gitu mbak, jadi usahanya beum bisa secara optimal. Selain itu juga kadang ada saja staff atau Crew yang tidak menjalankan tugasnya dengan baik seperti masih sering menunda-nunda dsb.

**Peneliti** : Baik pak, selanjutnya bagaimana bapak mengevaluasi pelaksanaan manajemen krisis tersebut?

**Bpk Ibda** : Kalau saat ini saya belum bisa menyatakan langkah penanganan-penanganan yang sudah dilakukan itu berhasil atau tidak mbak, karena menurut saya hal ini masih dalam proses. Tapi selama prosesnya sampai saat ini berjalan dengan lancar.

**Peneliti** : Baik pak, lalu apakah ada monitoring yang dilakukan terkait dengan krisis?

**Bpk Ibda** : Tentu saja, monitoring itu kan tidak terbatas hanya pada hasil tapi juga bagaimana prosesnya mbak, jadi misalkan saya tidak terjun secara langsung komunikasi masih sering dilakukan sehingga setiap anggota tim penanganan krisis ini memiliki informasi yang setara dan sama.

**Peneliti** : Baik pak, pertanyaan sudah terjawab secara keseluruhan dan saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ibda yang telah meluangkan waktu untuk wawancara ini ditengah kesibukan bapak.

**Bpk Ibda** : Iya mbak, semoga jawabannya bisa membantu meyelesaikan penelitiannya ya mbak, kalau masih ada yang perlu ditanyakan lagi bisa menghubungi saya lagi terus kita jadwalkan untuk ketemu

**Peneliti** : Baik pak, Terima kasih.

2) **Key Informant (Informan Utama)**

Nama : Puput Desita Sari

Jabatan : Kepala Divisi Marketing LPPL Temanggung TV

Waktu : 20 Agustus 2023

Tempat : Kantor Temanggung TV

**Peneliti** : Selamat siang mbak, sebelumnya perkenalkan saya Indah Puspita Sari, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang menghubungi mbak Puput beberapa hari lalu untuk melakukan wawancara untuk penelitian tugas akhir yang sedang saya lakukan dengan judul “Manajemen Krisis Public Relations Temanggung TV Dalam Menjaga Eksistensi Media Konvensional di Era Digital”. Mohon ijin untuk memulai sesi wawancara dimana pada kesempatan ini saya akan mengajukan beberapa pertanyaan untuk berkenan di jawab.

**M Puput** : Iya mbak, sebelum dimulai saya mohon maaf karena membatalkan janji temu kemarin ya?

**Peneliti** : Tidak apa-apa mbak. Langsung saya mulai saja ya mbak

**M Puput** : Baik mbak silahkan.

**Peneliti** : Berdasarkan informasi dari Bapak Ibda, mbak Puput bergabung menjadi tim yang melakukan manajemen krisis di Temanggung TV saat ini, sebelum masuk ke pertanyaan boleh diceritakan dulu bagaimana awal mbak Puput bergabung dengan Temanggung TV hingga menjadi Kepala Divisi Marketing sekaligus tim inti dari manajemen krisis?

**M Puput** : Oke, jadi awal mula saya bergabung ke Temanggung TV karena saat itu ada open recruitment posisi sebagai presenter gitu. Setelah satu tahun kalau gak salah ingat saya ditawari posisi marketing karena saya merasa bisa dan mampu ya saya terima aja. Kalau yang jadi tim manajemen krisis itu amanat dari pak Ibda sendiri sih mbak.

**Peneliti** : Baik mbak, kalau begitu sebagai anggota dari tim manajemen krisis, menurut anda seperti apa gambaran dari krisis?

- M Puput** : Krisis secara umum ya? Ehm... Menurut saya krisis itu adalah suatu permasalahan yang tiba-tiba aja muncul dan harus segera diselesaikan supaya tidak menimbulkan kerugian atau masalah lainnya.
- Peneliti** : Menurut mbak Puput kemunculan media digital ini termasuk ke dalam krisis yang di alami oleh Temanggung TV gak mbak? Kalau iya alasannya kenapa mbak?
- M Puput** : media digital itu kalau menurut saya bisa menjadi krisis bisa juga jadi keuntungan sih mbak. Jadi krisis kalau tidak dihadapi dengan baik dan jadi keuntungan kalau bisa dimanfaatkan secara optimal.
- Peneliti** : Baik mbak, selama proses penanganan yang dilakukan apakah ada proses identifikasi krisis untuk mengetahui penyebab dari munculnya krisis karena perkembangan teknologi media digital?
- M Puput** : Kalau identifikasi yo ada to mbak, kalau ndak ada gimana kita tahu akar masalahnya ya kan? Dan saya rasa juga identifikasi itu bagian dari langkah awal dalam menghadapi krisis gitu
- Peneliti** : Benar mbak, kalau sudah di identifikasi kita jadi bisa membuat patokan langkah selanjutnya ya
- M Puput** : Nah iya begitu
- Peneliti** : Menurut mbak Puput sendiri, bagaimana proses dari suatu hal atau kejadian dinilai sebagai krisis?
- M Puput** : Nyambung dengan jawaban saya diawal tadi kalau krisis itu kan datangnya tidak terduga tuh, jadi kalau tiba-tiba ada kendala atau hambatan ya udah krisis tapi ya di identifikasi dulu hal itu memicu krisis yang bisa berdampak buruk atau kendala biasa aja.
- Peneliti** : Sebagai anggota tim manajemen krisis apakah ada tinjauan yang dilakukan terhadap sebab dan akibat dari krisis yang terjadi ini mbak?
- M Puput** : tentu saja ada mbak, karna kan dengan dibentuknya tim ini ya untuk menangani soal permasalahan ini. Jadi ya sudah sewajarnya kalau melakukan tinjauan yang terkait dengan permasalahan itu. Apalagi ini berhubungan sama sebab dan akibatnya kan yang utama. Sampai saat ini yang sudah kami lakukan adalah melakukan tinjauan terkait dengan

jumlah penonton dari setiap siarannya, lalu saat ini juga Temanggung TV sudah punya siaran digital jadi bisa lebih mudah diakses.

- Peneliti** : Iya mbak, kalau kerjasama dengan pihak lain ada gak ya mbak?
- M Puput** : Kerjasama internal aja atau sama pihak luar nih yang dimaksud?
- Peneliti** : Keduanya boleh disebutkan mbak kalau ada
- M Puput** : Kalau yang internal kan paling kerjasama antar divisi sama semua stafnya lewat medsos gitu. Nah kalau sama pihak luar baru sama Dinas-dinas di Temanggung aja mbak yang sedang berjalan.
- Peneliti** : lalu apakah ada analisis yang dilakukan untuk menangani krisis tersebut?
- M Puput** : Sampai saat ini kami masih terus melakukan analisis mbak, karena situasi kan terus berubah jadi harus terus di update biar strategi yang dijalankan bisa sesuai gitu ya.
- Peneliti** : Sebagai anggota dari tim manajemen krisis apakah ada program dalam menghadapi krisis tersebut? Atau mungkin bisa program dari sisi marketingnya sendiri mbak?
- M Puput** : Program ada mbak, yang direalisasikan baru beberapa dan masih ada program yang dipertimbangkan juga. Kalau dari marketingnya lagi mau fokus pengelolaan media sosialnya seperti youtube sama Instagram mbak
- Peneliti** : Selama proses penanganan krisis eksistensi media konvensional Temanggung TV di era digital ini, dampak seperti apa yang ditimbulkan baik untuk internal maupun eksternal mbak?
- M Puput** : Kalau dampak internalnya ada dari beberapa staf yang merasa beban kerjanya bertambah gitu-gitu, kalau dari eksternal ya minat masyarakat akan TV mulai berkurang
- Peneliti** : Baik mbak, Dari tim manajemen sendiri apakah ada langkah isolasi krisis yang dilakukan?
- M Puput** : Isolasi krisis tu maksudnya gimana mbak?
- Peneliti** : Semacam mengelompokkan krisis berdasarkan sumber, dampak atau pertimbangan lainnya gitu mbak

- M Puput** : Oh, kalau itu berdasarkan dampak dan urgensinya mbak, kan gak mungkin krisis cuma ada satu aja kan. Jadi kalau ada yang dampaknya besar dan urgent banget ya segera kita tindak lanjuti gitu.
- Peneliti** : Lalu ada gak langkah-langkah yang dilakukan tim manajemen krisis ini supaya krisis yang telah terjadi tidak terulang kembali?
- M Puput** : langkah-langkahnya apa ya, mungkin pencegahan ya mbak. Jadi kalau krisis yang ini sudah berhasil diselesaikan kita juga bisa lebih mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi di masa depan kan, jadi bisa persiapan dulu
- Peneliti** : Kalau boleh tau mbak, bagaimana tim mensosialisasikan program dalam rangka penanganan krisis ini kepada staf dan anggota lain?
- M Puput** : Biasanya kalau lagi rapat sama pak Ibda dan teman-teman yang lain kami ada notulensi yang bisa di share ke grup whatsapp gitu, dan terkadang juga kami sampaikan di pagi selanjutnya saat briefing sebelum staf dan tim produksi mulai bekerja mbak
- Peneliti** : Tadi sempat disampaikan bahwa saat ini media social yang sedang di optoimalkan adalah youtube dan Instagram, lalu apakah kedepannya akan merambah ke media social lainnya?
- M Puput** : Pengennya sih begitu mbak, kayak tik tok gitu kan sekarang lagi rame ya dan bisa saya bilang mudah fyp ya.. tapi kan yang utama aja belum optimal, jadi kami coba perbaiki dulu baru nanti merambah kesana
- Peneliti** : Sebagai anggota tim manajemen krisis nih mbak, bagaimana mbak puput menilai keberhasilan dari langkah-langkah penanganan yang sudah dilakukan?
- M Puput** : Berhasil atau tidaknya dilihat dari hasil deh kayaknya, kalau penonton Temanggung TV meningkat, insight dari media sosialnya nambah juga gitu kan. Kalau nbelum ada perubahan belum ada peningkatan dong.
- Peneliti** : Iya mbak, saya juga menyadari hasil itu yang utama ya
- M Puput** : Kebanyakan gitu ya mbak
- Peneliti** : Lalu selama proses penanganan krisis ini kendala apa saja yang dialami?

**M Puput** : Yang utama sih SDMnya mbak, kadang tu mereka masih belum konsisten upload dsb. Kalaupun uploadnya konsisten juga ada yang asal upload, kalau saya jadi orang awam juga bosan kan mbak liat konten yang begitu-begitu aja. Kalau dari saya pribadi ya mbak, program-programnya bisa berjalan lancar kalau dari SDMnya sudah mendukung jadi ibaratnya internalnya sudah kuat gitu.

**Peneliti** : Baik mbak, selanjutnya pertanyaan terakhir. Apakah ada langkah monitoring yang dilakukan terhadap penanganan krisis? Bagaimana?

**M Puput** : Ada dong mbak, setiap langkah dan program yang dilakukan harus selalu diawasi supaya bisa diamati perkembangannya, berhasil atau tidak dan kalau ada kendala bisa cepat terdeteksi. Jadi tidak menghambat aktifitas yang lainnya.

**Peneliti** : Baik mbak, terima kasih telah memberikan saya kesempatan dan berkenan melakukan wawancara ini

**M Puput** : Iya mbak, semoga jawaban saya bisa membantu dan sukses ya skripsinya.

**Peneliti** : Terima kasih mbak.