

ABSTRAK

Program Brownis yang ditayangkan oleh Trans TV kerap menerima teguran dari KPI akibat pelanggaran terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), hal tersebut dapat menjadi sebuah isu yang berdampak pada citra dan reputasi lembaga penyiaran. Situasi ini menuntut peran strategis *public relations* dalam mengelola isu melalui penerapan strategi manajemen isu yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen isu yang diterapkan *public relations* Trans TV dalam menangani isu teguran KPI pada program Brownis. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus melalui teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penelitian ini mengacu pada *Model 7 Steps Issue Management* oleh Regester & Larkin (2008) dengan 7 sub-analisis, *Monitoring, Identification, Prioritization, Analysis, Strategy Decision, Implementation, Evaluation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public relations* Trans TV menerapkan manajemen isu dalam menangani isu teguran KPI pada program Brownis yang dilakukan berdasarkan 7 tahapan manajemen isu oleh Regester & Larkin yaitu, tahap *Monitoring* dilakukan melalui pemantauan tayangan langsung setiap hari oleh tim internal serta analisis sentimen publik di media sosial, didukung oleh pengumpulan informasi dari media massa dan laporan internal. *Identification* dilakukan melalui forum koordinasi lintas divisi (PR, hukum, produksi, dan programming) untuk mengidentifikasi sumber isu serta mengklasifikasikan jenis pelanggaran yang terjadi. *Prioritization* menggunakan matriks risiko yang mempertimbangkan urgensi isu, potensi dampak reputasi, hingga eskalasi dari KPI. *Analysis* menggunakan analisis SWOT dan evaluasi sentimen publik, yang menunjukkan bahwa kekuatan program terletak pada loyalitas pemirsa dan popularitas host, sementara kelemahannya adalah konten yang sensitif dan rendahnya preferensi edukatif dari audiens. Peluang terlihat pada potensi pengemasan narasi edukatif yang tetap menghibur, sedangkan ancamannya berupa teguran KPI berulang dan risiko boikot publik. *Strategy Decision* dilakukan melalui forum strategis lintas divisi dengan menghasilkan alternatif strategi seperti klarifikasi publik, revisi konten, serta pendekatan persuasif kepada KPI. *Implementation* meliputi strategi proaktif berupa diskusi dengan KPI sebelum penayangan, serta strategi reaktif berupa klarifikasi dan penguatan SOP konten. *Evaluation* dilakukan melalui survei pemirsa, analisis *rating-share*, evaluasi sponsor, dan penguatan sistem screening konten di awal produksi.

Kata Kunci : *Brownis, KPI, Manajemen Isu, Public Relations, Trans TV*