

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PROFIL INSTANSI

Bab II berisikan *state of the art*, definisi konseptual, landasan teoretik, operasionalisasi konsep, dan profil instansi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap.

2.1 *State of the Art*

Penelitian ini menggunakan *State of the Art* atau penelitian terdahulu, yang terdiri dari serangkaian jurnal yang digunakan sebagai referensi untuk memperkuat kajian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu akan menganalisis dan memperdalam pembahasan, serta membedakan studi ini dari penelitian lainnya. Dalam penelitian ini, disertakan berbagai jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zaidan Ilyassa Adikusumah yang berjudul “Analisis Media Monitoring terhadap Brand Honda Motor Bulan Februari Tahun 2024” menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif pada tahun 2024 (Adikusumah, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis media monitoring khususnya *online news* menggunakan Brand24 terhadap merek Honda Motor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sentimen positif lebih mendominasi dibandingkan sentimen negatif. Jumlah *mention* dan *reach* tertinggi tercatat pada minggu ke-4, yang bertepatan dengan peluncuran produk Honda Stylo 160 dan acara IIMS24. Faktor tersebut berkontribusi signifikan dalam meningkatkan sentimen positif, *mention*, *reach*, serta

pengaruh terhadap merek Honda Motor sepanjang bulan Februari. Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya memiliki persamaan dalam kegiatan media monitoring dan teori yang digunakan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada jenis media dan metode pemantauan yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan media online dengan alat pemantauan Brand 24, sedangkan penelitian ini menganalisis media cetak melalui metode kliping untuk monitoring pemberitaan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Augusta Eka Rasa Putra dan Agus Fakhrina yang berjudul “Analisis Media Monitoring Shopee Barokah pada Bulan April - Mei 2024 Menggunakan Analysis Tools Brand24” menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif pada tahun 2024 (Alisya & Sholeha, 2024). Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kegiatan media monitoring sebagai bahan evaluasi media sosial yang dimiliki Shopee Barokah untuk membantu perusahaan membangun citra yang diinginkan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee Barokah memasarkan layanan belanja online yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Analisis sentimen menunjukkan 10 tanggapan positif dan 35 negatif dan masih terdapat ruang untuk perbaikan, layanan ini dianggap sebagai solusi yang membantu konsumen berbelanja secara lebih bertanggung jawab dan selaras dengan nilai-nilai keagamaan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal menganalisis dari kegiatan media

monitoring, namun perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti. Penelitian sebelumnya berfokus pada Shopee Barokah, penelitian ini memfokuskan pada analisis pemberitaan tentang Kabupaten Cilacap yang dilakukan oleh Prokompim Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap pada November 2024.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Michelle Prajna Prameswari dan Rohmad Abidin yang berjudul “Analisis Media Monitoring Terhadap Isu Tapera Melalui Media Sosial X” menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif pada tahun 2024 (Prameswari et al., 2024). Penelitian ini bertujuan menganalisis media monitoring isu Tapera di media sosial untuk memahami pemberitaan serta membantu organisasi dalam mengantisipasi dan menghadapi dampak negatif yang dapat timbul dari pemberitaan yang tidak sesuai. Hasil dari penelitian ini adalah program ini menarik perhatian besar dari masyarakat, dengan berbagai respons yang mencerminkan harapan dan kekhawatiran publik. Pemerintah disarankan memperkuat strategi komunikasi guna meredam persepsi negatif dan meningkatkan penerimaan publik terhadap Tapera. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam menganalisis kegiatan media monitoring dan penggunaan teori yang sama. Namun, perbedaannya terletak pada jenis media dan isu yang dikaji, di mana penelitian sebelumnya membahas isu Tapera melalui media sosial X, sedangkan penelitian ini berfokus pada pemberitaan di Kabupaten Cilacap dengan menggunakan media kliping.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kamelia Maulid, Johar Permana dan Vidi Sukmayadi yang berjudul “Analisis Pemberitaan Media Terhadap Kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Barat Melalui E-Clip” menggunakan metode penelitian *mixed-method* pada tahun 2023 (Maulid et al., 2023). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana media nasional memberitakan kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan mengidentifikasi isu yang dominan, *tone* berita, serta tindak lanjut pemerintah menggunakan media monitoring melalui aplikasi E-Clip pada media online dan cetak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan infrastruktur mendominasi pemberitaan pada kuartal pertama 2023, dengan sebagian besar berita bersifat netral. Penggunaan E-Clip membantu pemerintah merespons isu media dengan cepat dan tepat. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam menganalisis kegiatan media monitoring oleh instansi pemerintah dan menggunakan teori yang sama. Namun, perbedaannya terletak pada metode penelitian dan alat yang digunakan. Penelitian sebelumnya menerapkan metode campuran dengan bantuan aplikasi, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan media kliping.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Farley Rafa Aurellia, Hanny Hafiar dan Centurion Chandratama Priyatna yang berjudul “Analisis Media Monitoring terhadap Brand Kecantikan Hanasui pada Bulan Maret 2023” yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif pada

tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah media monitoring *Brand* Hanasui di media sosial X, *blog*, video, forum, berita dan *website* menggunakan alat pemantauan yaitu Brand24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minggu ke-4 mencatat sentimen positif tertinggi terhadap brand Hanasui, terutama di X dan TikTok. *Mention* dan *reach* juga mencapai puncaknya pada minggu yang sama. Produk yang paling sering disebut adalah Hanasui Matterdorable Lip Cream dan Hanasui Tintdorable Lip Stain. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam menganalisis kegiatan media monitoring, sedangkan perbedaannya terdapat pada alat dan jenis media. Penelitian sebelumnya menggunakan alat pemantauan Brand24 untuk menganalisis di media sosial, sedangkan peneliti menggunakan media kliping untuk menganalisis di media cetak dalam kegiatan media monitoring.

Penelitian ini dan penelitian terdahulu memiliki persamaan dan perbedaannya. Kesamaan dari penelitian terdahulu adalah penggunaan teori agenda setting dan kegiatan analisis media monitoring untuk memahami persepsi publik. Selain itu, metode penelitian yang digunakan beberapa menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Perbedaan dari penelitiannya adalah terletak pada jenis media dan alat pemantauan yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan media online dan media sosial sebagai objek kajian dengan bantuan alat pemantauan digital seperti Brand24 dan E-Clip untuk melakukan analisis

otomatis dan sentimen. Sementara itu, penelitian ini menggunakan media cetak yang dianalisis secara manual melalui metode kliping tanpa dukungan alat digital, sehingga proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara konvensional.

2.2 Kerangka Teori dan Konsep

2.2.1 *Agenda Setting Theory*

Teori agenda setting diciptakan oleh Walter Lippmann, seorang jurnalis terkenal dari Amerika Serikat, pada tahun 1922. Teori ini mulai dikenal luas pada tahun 1972, salah satu penelitian paling berpengaruh yang mendukung teori ini adalah penelitian yang dilakukan oleh McCombs dan Donald L. Shaw. Penelitian tersebut mengamati bagaimana media massa memengaruhi pemilih atau audiens selama kampanye presiden AS 1968. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media massa memiliki tingkat pengaruh tertentu terhadap masyarakat, terutama bagi orang-orang yang sering mendapatkan informasi dari media (Hadi S et al., 2021).

Teori agenda setting membahas tentang bagaimana media massa dapat mempengaruhi agenda publik dengan cara memprioritaskan isu-isu tertentu. Asumsi dari Agenda Setting adalah proses dimana media massa mampu menentukan apa yang sedang publik pikirkan, ketika media massa dapat mengarahkan sesuatu atau sebuah peristiwa yang dianggap penting dan peristiwa mana yang tidak penting maka publik akan terpengaruh (Prameswari

et al., 2024). Agenda setting terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Media memilih apa yang akan diberitakan dan bagaimana cara memberitakannya. Apa yang diketahui publik tentang keadaan dunia pada suatu waktu tertentu sebagian besar merupakan hasil dari proses gatekeeping media (Littlejohn, Stephen et al., 2017).

Menurut Ritonga dalam (Utama et al., 2023) bahwa media sangat selektif dalam menayangkan berita dengan mempertimbangkan nilai berita (*news value*) dan nilai jual (*sell value*) yang menarik bagi publik. Teori agenda setting mempunyai kesamaan dengan teori peluru, yaitu sama-sama melihat media sebagai alat yang dapat memengaruhi masyarakat. Teori peluru lebih menitikberatkan pada perubahan sikap, pendapat, atau perilaku, teori agenda setting berfokus pada kesadaran dan pengetahuan (Yullah, 2016). Menurut teori agenda setting, media massa tidak secara langsung mengubah sikap individu, tetapi memiliki pengaruh besar dalam membentuk pemikiran dan pandangan masyarakat terhadap isu yang dianggap penting (Irwansyah, 2021). Menurut Everett Rogers dan James Dearing dalam (Verawati Elfrida, 2015), teori agenda setting menjelaskan bahwa proses penentuan isu penting berlangsung secara bertahap dan linear melalui tiga tahapan utama, antara lain:

1. Agenda Media (*Media Agenda*)

Agenda media merupakan tahap awal dalam proses agenda setting, di mana media massa menentukan isu atau topik untuk mendapatkan sorotan. Melalui frekuensi dan penempatan pemberitaan, media membentuk persepsi masyarakat tentang tingkat kepentingan suatu isu. Suatu isu yang semakin sering diberitakan, semakin besar kemungkinan publik menganggapnya penting.

2. Agenda Publik (*Public Agenda*)

Agenda publik merujuk pada kumpulan isu yang memperoleh perhatian yang signifikan dari masyarakat. Isu-isu ini umumnya terbentuk sebagai hasil dari eksposur media yang intensif dan berkelanjutan. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam mengarahkan fokus perhatian publik terhadap isu-isu tertentu. Ketika suatu isu sering diangkat oleh media, publik cenderung menganggap isu tersebut penting dan relevan untuk didiskusikan serta diperhatikan. Proses ini mencerminkan hubungan timbal balik antara isi pemberitaan dan pembentukan opini publik.

3. Agenda Kebijakan (*Policy Agenda*)

Agenda kebijakan merupakan tahap akhir dalam proses agenda setting, di mana isu-isu yang telah menjadi perhatian publik kemudian memengaruhi prioritas para pengambil kebijakan.

Ketika masyarakat secara luas memberikan perhatian terhadap suatu isu, dan media terus memberitakannya secara konsisten, maka para pembuat kebijakan cenderung akan merespons dengan memasukkan isu tersebut ke dalam proses perumusan kebijakan publik.

2.2.2 Media Monitoring

Menurut Cameron, dalam (Audrey J. A. Manuputty & Aat Ruchiat Nugraha, 2024) media monitoring merupakan proses terstruktur untuk memantau dan menganalisis pemberitaan mengenai sebuah organisasi atau topik tertentu, yang mencakup pemantauan berita, analisis, serta pelaporan terkait tindakan yang diambil oleh organisasi tersebut. Sumber berita yang dipantau dapat berasal dari berbagai media, termasuk surat kabar, platform digital, televisi, dan radio. Menurut Ayun dalam (Amalia et al., 2022) tujuan dari kegiatan media monitoring adalah untuk memantau berbagai pemberitaan tentang suatu lembaga, baik dari segi jumlah maupun konten yang disampaikan oleh media. Kegiatan ini juga mendukung peran hubungan masyarakat dalam menjaga reputasi dan citra lembaga, serta berfungsi sebagai alat untuk memahami, mengendalikan, dan memengaruhi opini publik terhadap kampanye, isu, sosialisasi, atau promosi yang sedang dilaksanakan.

Friedel dan Lukman dalam (Amrullah, E. F., Musta'an, M. A., & Putri, n.d.) bahwa aktivitas media monitoring terdiri dari

beberapa aspek. Pertama, media *tracking* berfungsi untuk menelusuri jejak opini publik terhadap suatu peristiwa atau isu tertentu yang muncul di media massa. Proses ini diawali dengan pencarian berita berdasarkan kata kunci atau topik yang telah ditentukan. Kedua, media *klipping* merupakan kegiatan dokumentasi yang mencakup artikel, naskah berita, serta iklan dari berbagai media massa, baik dalam bentuk teks maupun video. Proses *klipping* dilakukan dengan cara mengumpulkan bagian tertentu dari surat kabar atau majalah, kemudian menyusunnya secara sistematis sesuai dengan bidang yang diminati pengguna perpustakaan, tanpa harus mengarsipkan seluruh artikel atau berita. Ketiga, media *content analysis* adalah metode yang digunakan untuk mengkaji makna suatu teks secara sistematis. Pendekatan ini bertujuan memahami struktur makna dalam sebuah teks dan sering diterapkan dalam analisis media.

2.2.3 Media Cetak

Media cetak merupakan bentuk media yang dibuat dengan cara dicetak di atas kertas, dan pertama kali diperkenalkan oleh Johannes Gutenberg pada tahun 1455. Pada masa awal perkembangannya, media ini masih menggunakan bahan-bahan sederhana seperti daun atau tanah liat sebagai medianya (I Made Suyasa, 2020). Menurut Rhenald Khazali dalam (Kaffah et al., 2023) media cetak merupakan media statis yang menekankan penyampaian pesan secara visual,

terdiri dari lembaran berisi teks, gambar, atau foto yang disusun dengan tata warna dan latar halaman putih. Media cetak sebagai sumber informasi yang mencerahkan, sarana pendidikan yang mencerdaskan, serta meningkatkan intelektual masyarakat dan memperkuat kesatuan nasional. Jenisnya meliputi surat kabar harian, yang diterbitkan setiap hari, dan dikategorikan sebagai lokal, daerah, atau nasional (Dwi et al., 2020).

Menurut Widjaya, (Mardiningsih, 2009) bahwa media cetak memiliki keunggulan karena biayanya yang relatif terjangkau serta kemampuannya untuk disimpan dengan mudah, sehingga lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan, namun kelemahannya adalah kurang optimal jika digunakan untuk audiens yang tidak memiliki kemampuan membaca dan menulis. Jenis dari media cetak seiring perkembangannya, media cetak semakin maju dalam hal bentuk, jenis, serta teknologi percetakan, dengan contoh seperti majalah, tabloid, buletin dan surat kabar (I Made Suyasa, 2020). Menurut Effendi dalam (Darmadi, 2021) surat kabar adalah media cetak yang berisi berita tentang kejadian di masyarakat dan memiliki beberapa ciri. Ciri-ciri tersebut adalah isinya dapat diakses oleh publik, terbit secara rutin (setiap hari, mingguan, atau dua mingguan), membahas berbagai aspek kehidupan, dan menyajikan berita terbaru.

2.2.4 Berita

Berita merupakan informasi yang memiliki nilai penting dan menarik bagi masyarakat luas. Menurut Jani Yosef (2009:22), berita adalah laporan aktual mengenai fakta atau pendapat yang dianggap penting atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa. Dalam proses penulisan berita, seorang jurnalis harus mengacu pada nilai-nilai berita serta mengintegrasikan unsur-unsur dasar berita agar menghasilkan laporan yang utuh dan informatif. Unsur-unsur tersebut dikenal sebagai 5W + 1H, yaitu: *What* (apa yang terjadi), *Where* (di mana peristiwa terjadi), *When* (kapan peristiwa terjadi), *Who* (siapa yang terlibat), *Why* (mengapa peristiwa terjadi), dan *How* (bagaimana peristiwa terjadi). Dalam konteks Indonesia, rumusan ini sering disederhanakan menjadi 3A–3M, yakni Apa, si-Apa, meng-Apa, bila-Mana, di Mana, dan bagai-Mana. Keenam unsur ini penting untuk dipenuhi agar sebuah berita dapat dianggap lengkap.

Selain unsur berita, kriteria nilai berita juga menjadi acuan penting dalam menentukan kelayakan suatu informasi untuk diterbitkan. Nilai berita berfungsi sebagai tolok ukur untuk menilai sejauh mana suatu fakta layak disampaikan kepada masyarakat melalui media massa, baik cetak maupun elektronik. Dalam praktik jurnalistik, penilaian terhadap kelayakan berita sangat bergantung pada sejauh mana berita tersebut memenuhi unsur-unsur yang

mencerminkan nilai jurnalistik. Menurut Jani Yosef (2009:27–32), sejumlah pakar komunikasi bahkan menyamakan nilai berita dengan nilai jurnalistik karena keduanya menjadi dasar penting dalam proses seleksi dan penulisan berita yang berkualitas.

2.2.5 Humas Pemerintah

Humas pemerintah mulai berkembang sejak era reformasi, ditandai dengan penetapan fungsi pranata humas pada 2003 serta terbentuknya forum humas di berbagai lembaga pemerintah dan kementerian. *Government Public Relations* (GPR) atau Pranata Humas adalah jabatan fungsional yang diatur dalam Keputusan Presiden Nomor 87 Tahun 1999. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa jabatan fungsional merupakan posisi yang mencerminkan tugas, tanggung jawab, wewenang, serta hak yang dimiliki oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS) dalam suatu organisasi, di mana pelaksanaan tugasnya dilakukan secara mandiri berdasarkan keahlian atau keterampilan khusus. (Mujiarto, C. A., Surya, I., & Ayu, 2024). Menurut Sugiyanto dalam (Simatupang, 2020) peran utama seorang humas pemerintah adalah membentuk citra yang baik dan mengelola reputasi lembaga, serta mengatur kepentingan publik dan para pemangku kepentingan.

Cutlip dan Center dalam (Lani & Handayani, 2021) berpendapat bahwa posisi Humas dalam suatu lembaga pemerintah sebaiknya berada di dalam staf inti dan langsung di bawah pimpinan

pengambil keputusan atau manajer puncak agar lebih efektif dalam menjalankan tugasnya. Humas pemerintah dapat menyampaikan informasi dan penjelasan kepada publik mengenai kebijakan serta langkah yang diambil pemerintah, dan berupaya membangun hubungan yang harmonis antara lembaga dengan masyarakat serta memberikan pemahaman tentang kegiatan yang dilaksanakan oleh instansi tersebut.

2.3 Operasionalisasi Konsep

Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Cilacap, melalui tim dokumentasi pimpinan dalam melakukan kegiatan media monitoring di media cetak pada bulan November 2024 diperlukan langkah-langkah supaya proses pemantauan berjalan sistematis, terarah, dan sesuai. Berikut adalah operasionalisasi konsep dalam penelitian ini, antara lain:

1. Pemberitaan Wilayah Kabupaten Cilacap

Pemberitaan wilayah Kabupaten Cilacap mencakup berbagai berita yang tersebar di media cetak, yang mengangkat berbagai isu, peristiwa, dan kejadian yang terjadi di daerah tersebut. Tim dokumentasi pimpinan mengumpulkan data dari media cetak, kemudian melakukan analisis terhadap konten berita yang muncul sepanjang bulan November 2024. Data ini digunakan untuk mengetahui seberapa sering dan topik apa yang muncul terkait wilayah Cilacap diberitakan di media cetak.

2. Perhatian Publik Terhadap Suatu Isu

Perhatian publik terhadap suatu isu pada media cetak bulan November 2024 ditentukan melalui keterlibatan masyarakat dalam membahas, merespons, dan memberikan tanggapan terhadap isu-isu yang berkembang. Di media cetak dilakukannya analisis sentimen, sedangkan pada media sosial dengan mengamati respon dan partisipasi publik di *platform* Pemerintah Kabupaten Cilacap. Data ini digunakan untuk memperhatikan opini masyarakat dalam memberikan respons terhadap isu-isu yang berkembang.

3. Kebijakan Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap

Kebijakan Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap memanfaatkan hasil media monitoring sebagai salah satu referensi dalam pengambilan keputusan. Data yang diperoleh dari analisis pemberitaan media cetak dan media sosial menjadi masukan penting bagi pemimpin daerah untuk dapat memahami isu-isu yang sedang berkembang dan menjadi perhatian publik. Dengan demikian, kebijakan yang diambil dapat lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2.4 Profil Instansi

2.4.1 Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap

Protokol dan Komunikasi Pimpinan atau Prokompim merupakan unit kerja di bawah Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap yang

memiliki peran penting untuk mendukung kebijakan serta mengoordinasikan pelaksanaan tugas pemerintahan daerah. Berdasarkan Peraturan Bupati Cilacap Nomor 31 Tahun 2023 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Sekretariat Daerah, Protokol dan Kokumentasi Pimpinan bertanggung jawab dalam menyiapkan pelaksanaan kebijakan, mengoordinasikan tugas perangkat daerah, serta memantau dan mengevaluasi kebijakan di bidang protokol, komunikasi pimpinan, serta dokumentasi pimpinan.

Prokompim bertanggung jawab dalam memperlancar komunikasi antara pimpinan daerah dan masyarakat, serta mendukung penyelenggaraan berbagai kegiatan resmi dan protokoler pemerintahan. Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Prokompim pada tahun 2025 adalah MARTONO, S.Sos., M.M. Lokasi Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap adalah di Jalan Jendral Sudirman Nomor 32, Sidanegara, Kecamatan Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah.

2.4.2 Lambang Daerah



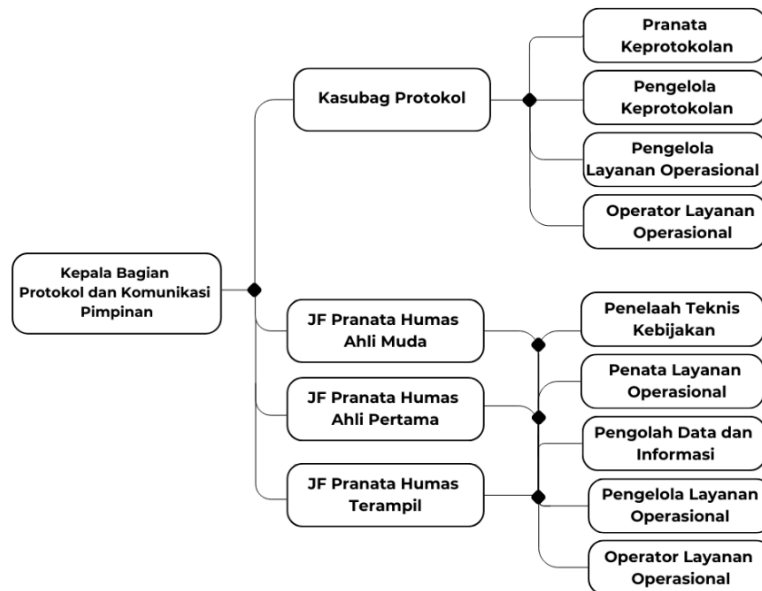
Gambar 2. 1 Lambang Daerah Kabupaten Cilacap

Sumber: *website* humas.cilapkab.go.id

Lambang daerah Kabupaten Cilacap menggambarkan cita-cita luhur masyarakatnya yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila. Bintang segi lima melambangkan keluhuran tersebut, sementara tugu pahlawan dengan lidah api yang di atas gelombang laut selatan itu mencerminkan aksi masyarakat selama revolusi 1945, yang dilandasi oleh Pancasila dan UUD 1945. Kembang Wijayakusuma, simbol khas daerah ini, melambangkan wahyu kerajaan yang hanya tumbuh di Cilacap, serta padi dan kapas yang mencerminkan upaya untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Simbol ini juga menggambarkan kegiatan masyarakat dalam bidang pangan dan sandang. Gambar ikan hiu mengingatkan kita akan Cilacap yang terletak di pesisir selatan, masyarakat yang sebagian besar adalah mata pencaharian sebagai nelayan.

Warna-warna dalam lambang daerah memiliki makna yang mendalam, seperti merah hati yang melambangkan keberanian dan ketangguhan, kuning emas yang mencerminkan kemuliaan tugas, serta putih yang menggambarkan kesucian hati. Warna hitam mencerminkan ketenangan dan ketabahan, hijau menggambarkan kesuburan dan kemakmuran, dan biru laut mencerminkan posisi Cilacap yang terletak di pesisir Samudera Hindia. Moto “Jala Bhumi Wijayakusuma Cakti” menggambarkan kemampuan masyarakat Cilacap dalam mengelola bumi, laut, dan air demi kemakmuran, sementara sasanti “Cilacap Bercahaya” mencerminkan harapan agar Cilacap menjadi daerah yang bersih, indah, aman, dan makmur.

2.4.3 Struktur Organisasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Prokompim Setda Kabupaten Cilacap

Sumber: Dokumen Prokompim

Berdasarkan Peraturan Bupati Cilacap Provinsi Jawa Tengah Nomor 31 Tahun 2023 yang dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) terkait susunan Organisasi Protokol dan Komunikasi Pimpinan Setda Kabupaten Cilacap yaitu terdiri dari Subagian Protokol dan Kelompok Jabatan Fungsional.

2.4.4 Visi dan Misi Sekretariat Daerah Kabupaten Cilacap

Visi

“Cilacap yang Berbudaya dan Sejahtera”

Misi

1. Mewujudkan masyarakat yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai luhur serta kerukunan antar umat beragama ditandai dengan hubungan antar masyarakat yang harmonis dan saling menghormati.
2. Menciptakan pemerintahan yang baik dan terpercaya dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat, ditandai dengan makin pendeknya mata rantai birokrasi.
3. Penegakan supremasi hukum dalam rangka menjunjung tinggi kebenaran dan keadilan, ditandai dengan pemberian sanksi atau tindakan tegas terhadap aparat yang melakukan penyimpangan.
4. Menciptakan stabilitas politik dan keamanan sebagai pendukung iklim investasi dan peningkatan perekonomian daerah.
5. Memaksimalkan potensi daerah melalui peningkatan daya saing yang handal.
6. Meningkatkan kualitas ekonomi rakyat melalui peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia dan pemanfaatan Sumber Daya Alam yang ada dengan memperhatikan aspek keseimbangan pelestarian alam.
7. Membangun infrastruktur yang dapat menunjang pembangunan.
8. Mewujudkan pembangunan yang memperhatikan aspek tata ruang yang menunjang kesejahteraan sesuai dengan Peraturan

Daerah Nomor 6 tahun 2004 tentang Rencana Tata Ruang dan Wilayah yang telah ditetapkan.

9. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan ditandai dengan semakin banyaknya masyarakat yang terlibat dalam proses pembangunan.