

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Kawasan Malioboro merupakan destinasi pariwisata yang telah menjadi ikon kota Yogyakarta. Letaknya yang berada di jantung kota Yogyakarta menjadi daya tarik minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan Malioboro. Terbukti pada tahun 2015 lalu data menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan di Yogyakarta melebihi target yang telah ditentukan pemerintah daerah Yogyakarta, untuk kunjungan wisatawan mancanegara pemerintah daerah Yogyakarta menargetkan 264.000 wisatawan sedangkan untuk wisatawan nusantara pemerintah menargetkan 3,4 juta wisatawan. Namun pada bulan November 2015 telah tercatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 280.000 dan wisatawan nusantara mencapai 3,3 juta wisatawan ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com) diakses pada 3 November 2016). Ini menunjukkan besarnya potensi yang dimiliki kota Yogyakarta untuk menarik minat wisatawan mancanegara maupun nusantara untuk berkunjung ke kota Yogyakarta.

Sebagai etalase utama kota Yogyakarta maupun Daerah Istimewa Yogyakarta, Malioboro menjadi kawasan kunjungan penting bagi para wisatawan nasional maupun mancanegara yang datang ke kota Yogyakarta, maka secara konsep Malioboro harus menjadi kawasan nyaman. Dalam hal ini, pemerintah

daerah Yogyakarta bersama dengan pemerintah kota Yogyakarta berkerjasama melakukan usaha-usaha untuk menjadikan kawasan Malioboro menjadi kawasan yang lebih nyaman, humanis, dan dapat lebih dinikmati. Seperti pernyataan Kepala Bagian Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Ignatius Trihastono yang mengatakan:

“Malioboro itu sudah terbentuk sebagai etalase utama, bukan hanya kota Jogja tetapi juga DIY. Orang-orang ketika berbicara saya mau ke Jogja, mereka akan merasa tidak sah ketika mereka belum berkunjung ke Malioboro. Sementara di satu sisi adalah Malioboro sebetulnya adalah nama jalan yang sekarang dikembalikan ke penamaan lokal ke jalan Margo Utomo, dan jalan malioboro itu sendiri. Tentunya sebagai lokus, tempat yang dipersepsikan publik sebagai tempat kunjungan prinsipnya adalah dibuat nyaman. Sehingga kemudian menjadi program pemerintah provinsi DIY kemudian bersama-sama pemerintah kota bagaimana membuat Malioboro yang lebih nyaman, lebih humanis, dan lebih bisa dinikmati.”

Program Revitalisasi Malioboro adalah sebuah konsep *pedestrian* yaitu suatu kawasan yang meminimalisir keberadaan kendaraan-kendaraan bermesin sehingga memberikan kenyamanan untuk publik yang melakukan aktivitas-aktivitas seperti berjalan kaki. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan para pengunjung Malioboro dan juga melaksanakan Perda Nomer 6 Tahun 2012 tentang Pelestarian Warisan Budaya dan Cagar Budaya. Malioboro sebagai salah satu kawasan yang ditetapkan dalam kawasan cagar budaya yang harus dilestarikan sesuai dengan Perda yang telah dibuat. Program Revitalisasi Malioboro yang menggunakan konsep *pedestrian* menjadikan langkah awal yang dilakukan adalah mengembalikan fungsi-fungsi badan jalan dalam bentuk trotoar-trotoar jalan sebagai sarana-sarana publik dengan menertibkan

kegiatan-kegiatan yang mengganggu kenyamanan penjalan kaki seperti penggunaan trotoar sebagai area parkir.

Penataan kembali atau relokasi area parkir diarea Malioboro bukanlah pekerjaan yang sederhana, bukan sekedar memindah tempat parkir saja namun relokasi parkir juga menyangkut banyak kepentingan di dalamnya. Tempat parkir merupakan kebutuhan bagi para pengunjung Malioboro yang membawa kendaraan pribadi sehingga tempat parkir harus ditata agar dapat memenuhi setiap kebutuhan pengunjung Malioboro. Selain itu tempat parkir Malioboro telah menjadi tempat aktivitas ekonomi publik tertentu, area parkir di Malioboro telah menjadi penopang hidup bagi lebih dari 211 orang sehingga timbul kekhawatiran tentang kehilangan aktivitas ekonomi, menurunnya tingkat kesejahteraan para pelaku perparkiran di Malioboro. Oleh karena itu, merupakan hal yang wajar akan muncul penolakan dalam pelaksanaan relokasi area parkir Malioboro (wawancara dengan Kepala Bagian Hubungan Masyarakat dan Informasi, Ignatius Trihastono, 15 November 2016).

Pemerintah kota Yogyakarta sebagai pelaksana program relokasi area parkir Malioboro memiliki tugas untuk melakukan proses komunikasi kepada publik agar tercipta kesepahaman tentang tujuan program dan dukungan publik dalam pelaksanaan program relokasi parkir Malioboro. Dalam hal ini humas memiliki peran penting, menurut Cutlip, Center, & Broom humas memiliki 4 fungsi penting diantaranya sebagai fasilitator komunikasi yaitu menempatkan humas sebagai perantara yang menghubungkan pemerintah dengan publiknya dan

menjaga agar komunikasi yang terjadi berjalan dua arah. Selain itu dalam menghadapi penolakan publik atau gangguan proses komunikasi humas juga memiliki fungsi sebagai fasilitator pemecah masalah dengan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak tertentu untuk mendefinisikan dan menyelesaikan sebuah permasalahan (Ruslan, 2001). Dalam hal ini humas pemerintah kota Yogyakarta dituntut untuk mampu melakukan pengelolaan isu untuk menanggapi kekhawatiran publik tertentu dalam pelaksanaan relokasi area parkir Malioboro.

Pengelolaan isu atau sering disebut manajemen isu merupakan salah satu bagian dalam manajemen krisis. Krisis merupakan kondisi dimana harapan masyarakat terancam atau terganggu. Ketika harapan masyarakat terganggu, maka persepsi masyarakat terhadap organisasi yang berkaitan akan menjadi buruk, dengan kata lain reputasi organisasi tersebut menjadi rusak (Coombs, 2007). Barry Jone, W. Howard Chase juga mendefinisikan pengelolaan isu sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu yang berkaitan sebelum isu-isu tersebut diketahui oleh masyarakat luas (Nova, 2011).

Selain untuk mencegah berkembangnya isu menjadi krisis, pengelolaan isu juga memiliki tujuan untuk mengurangi resiko, menciptakan peluang, dan mengelola citra organisasi baik untuk kepentingan organisasi atau *stakeholder* (Nova, 2011). Pengelolaan isu membantu organisasi untuk meneliti dan memprioritaskan berbagai isu yang beredar untuk menilai dampak isu tersebut

terhadap organisasi sehingga organisasi tersebut dapat menentukan strategi meminimalisir resiko dan menangkap peluang dari terjadinya isu tersebut. Praktik pengelolaan isu berkaitan erat dengan keterampilan humas, karena berhasil atau tidaknya suatu pengelolaan isu akan berpengaruh terhadap citra dan reputasi organisasi tersebut.

Penelitian ini berfokus pada pengelolaan isu yang dilakukan humas pemerintah kota Yogyakarta dalam pelaksanaan relokasi area parkir Malioboro. Pada tanggal 4 April 2016 yang lalu pemerintah kota Yogyakarta telah melakukan relokasi area parkir Malioboro ke taman parkir Abu Bakar Ali (ABA). Relokasi area parkir Malioboro adalah langkah awal dari berjalannya program Revitalisasi Malioboro yang telah disetujui oleh Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwana X. Dalam pelaksanaannya, pemerintah kota Yogyakarta melalui SKPD-SKPD terkait (UPT Malioboro dan Dinas Pariwisata) melakukan pertemuan dengan puluhan juru parkir Malioboro yang dimediasi DPRD Kota Yogyakarta untuk menawarkan beberapa solusi dari dampak pelaksanaan relokasi area parkir Malioboro. Pihak pemerintah kota Yogyakarta menawarkan dana insentif kepada juru parkir selama 2 bulan pertama, dan menyiapkan bus khusus untuk mengangkut karyawan toko sekitar Malioboro dari taman parkir ABA ke area Malioboro, bus ini disediakan pemerintah secara gratis selama dua minggu untuk para karyawan toko agar mereka memarkirkan kendaraannya di Taman parkir ABA ([www.radarjogja.co.id](http://www.radarjogja.co.id), pada 29 Oktober 2016). Hal ini menjadi bukti perhatian

pemerintah kota Yogyakarta terhadap juru parkir yang akan dipindah ke Taman parkir ABA.

Dari sisi juru parkir, Koordinator juru parkir Malioboro, Sigit Karsono Putro mengatakan penolakan tersebut dilakukan karena relokasi parkir berdampak pada kesejahteraan para juru parkir. Menurutnya parkir di area Malioboro dapat menampung hingga 4.600 motor, sedangkan di taman parkir ABA hanya cukup untuk 2.800 motor saja, serta jumlah juru parkir yang ada tidak bisa terwadahi di lokasi baru tersebut ([www.merdeka.com](http://www.merdeka.com) diakses pada 29 Oktober 2016). Selain itu mereka juga menolak dana insentif yang ditawarkan pemerintah kota Yogyakarta dan menuntut pemerintah kota Yogyakarta untuk memberikan jaminan kesejahteraan kepada juru parkir yang dipindah ke Taman parkir ABA ([semarang.bisnis.com](http://semarang.bisnis.com) diakses pada 29 Oktober 2016). Adanya relokasi area parkir ke Taman parkir ABA menimbulkan perasaan takut penghasilan berkurang dan tidak ada jaminan kesejahteraan bagi juru parkir Malioboro.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa isu relokasi area parkir Malioboro disebabkan oleh adanya kekhawatiran para juru parkir Malioboro tentang kesejahteraan mereka yang belum pasti akibat pengaruh dari pelaksanaan relokasi parkir Malioboro. Dampaknya juru parkir melakukan penolakan terhadap kebijakan relokasi area parkir Malioboro dengan melakukan mogok kerja dan menutup area parkir dengan bambu serta sepianduk agar kendaraan tidak bisa parkir di area tersebut. Selain itu para juru parkir juga melakukan aksi simpatik membagikan nasi bungkus kepada masyarakat di sekitar Malioboro. Aksi ini

dilakukan kerjasama Paguyuban juru parkir Malioboro dengan BEM KM UGM ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com) diakses pada 30 Oktober 2016). Hal ini kemudian menjadi sorotan yang banyak diberitakan media massa pasca pelaksanaan relokasi area parkir Malioboro.

Peneliti juga melakukan observasi di lokasi taman parkir ABA untuk mendapatkan data terkait relokasi area parkir Malioboro. Sebagai juru parkir yang mengelola area parkir Malioboro khususnya di depan kantor DPRD DIY, mereka terkumpul dalam sebuah paguyuban bernama Paguyuban Parkir A.Yani Malioboro Yogyakarta (PPAMY). Pasca relokasi area parkir Malioboro ke taman parkir ABA, banyak juru parkir yang mengeluh pendapatannya menurun drastis, terutama untuk juru parkir yang sudah memiliki keluarga, relokasi menjadikan pendapatan yang mereka dapat saat ini tidak dapat memenuhi kebutuhan keluarga mereka. Bahkan saat ini paguyuban parkir yang mengelola parkir taman ABA telah terbagi menjadi dua paguyuban yaitu Paguyuban terdahulu, Paguyuban Parkir A.Yani Malioboro Yogyakarta (PPAMY) yang diketuai Aji dan Paguyuban baru, Forum Komunitas Penata Parkir (FKPP) yang diketuai Fani. Menurut Aji, paguyuban baru tersebut terdiri dari beberapa pihak yang pro terhadap relokasi area parkir dan memiliki hubungan yang dekat dengan salah satu penguasa kota Jogja (Aji, Ketua Paguyuban Parkir A.yani Malioboro Yogyakarta).

Selain itu Aji juga mengatakan, konsep revitalisasi seharusnya melakukan penataan di lokasi vital yang berada di pusat keramaian sehingga taman parkir ABA dinilai kurang tepat dijadikan tempat relokasi karena tempatnya yang berada

jauh dari titik-titik keramaian di area Malioboro. Seharusnya relokasi dilakukan di tempat yang berada di titik ramai pengunjung seperti pasar sore dan bekas bioskop indra yang merupakan area parkir yang dikelola oleh UPT Malioboro (pemerintah), sedangkan depan kantor DPRD DIY masih dikelola oleh PPAMY (paguyuban). Hal ini menjadikan peneliti berasumsi bahwa pelaksanaan relokasi area parkir Malioboro diharapkan menjadi media untuk merangkul dukungan PPAMY terhadap pemerintah, karena sampai saat ini PPAMY melalui mas Aji terus menegaskan bahwa paguyuban dan kawasan yang dia kelola tidak ingin terlibat dalam kepentingan politik berbagai pihak.

Isu relokasi area parkir Malioboro menarik diteliti karena isu ini pada awal tahun 2016 yang lalu telah menjadi perhatian publik yang mendapatkan banyak sorotan dari media massa lokal serta nasional baik cetak, televisi maupun *online*. Malioboro sebagai ikon kota Yogyakarta yang telah dikenal oleh masyarakat umum menjadikan segala peristiwa yang berkaitan dengan Malioboro menjadi perhatian yang menarik bagi masyarakat umum dan khususnya masyarakat Yogyakarta. Bahkan kasus ini sempat mendapat sorotan dari Sri Sultan Hamengku Buwana X selaku Gubernur DIY ([www.jogja.co](http://www.jogja.co) diakses pada 30 Oktober 2016).

Penelitian ini akan berfokus pada aktivitas yang dilakukan humas pemerintah kota Yogyakarta dalam melakukan pengelolaan isu penanganan relokasi area parkir Malioboro. Adanya fakta kepemilikan hak pengelolaan parkir di depan kantor DPRD DIY oleh paguyuban PPAMY sedangkan beberapa area parkir lain di Malioboro telah dikelola oleh UPT Malioboro dari pemerintah

sehingga timbul dugaan adanya penggalangan dukungan politik yang dilakukan pemerintah terhadap paguyuban PPAMY. Selain itu banyaknya pemberitaan penolakan negatif tentang relokasi area parkir Malioboro membuat peneliti tertarik untuk mengetahui pengelolaan isu yang dilakukan humas pemerintah kota Yogyakarta. Batasan waktu penelitian pengelolaan isu dalam penanganan relokasi area parkir Malioboro adalah tahun 2016, periode ini dimulai pada bulan Januari 2016 hingga Mei 2016.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengelolaan isu humas pemerintah kota Yogyakarta dalam penanganan relokasi area parkir Malioboro tahun 2016?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pengelolaan isu relokasi area parkir Malioboro tahun 2016?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Memahami dan mendeskripsikan aktivitas pengelolaan isu relokasi area parkir Malioboro oleh humas pemerintah kota Yogyakarta tahun 2016.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan isu relokasi area parkir Malioboro oleh humas pemerintah kota Yogyakarta tahun 2016.

## **D. Manfaat Penelitian**

### Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan akademis mengenai tahap pengelolaan isu.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman faktor pendukung dan penghambat pengelolaan isu.

### Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi pelaksanaan pengelolaan isu dan memberi pengetahuan tentang faktor pendukung dan penghambat pengelolaan isu.

## **E. Kajian Pustaka**

### **E.1. Pengelolaan isu (Manajemen Isu)**

#### **1.1. Pengertian pengelolaan isu (Manajemen Isu)**

Kemunculan isu dalam sebuah organisasi memberikan dampak yang tidak dapat diprediksi. Semuanya bergantung pada kesiapan organisasi tersebut dalam menghadapi isu serta memberikan solusi terhadap munculnya suatu isu. Penanganan isu yang dilakukan oleh setiap organisasi memiliki caranya masing-masing. Hal ini berkaitan dengan seberapa besar potensi isu yang muncul

memiliki dampak bagi organisasi. Meng menyebutkan enam kemungkinan kelompok atau publik yang berpotensi membuat isu, diantaranya yaitu, asosiasi karyawan, masyarakat umum, perusahaan, media dan rekan (Regester & Larkin, 2003).

Menurut Prayudi (2008) awal mula kemunculan isu disebabkan oleh adanya ketidaksesuaian pengertian yang dimiliki oleh pihak manajemen dan publik organisasi. Untuk lebih memahami definisi dari isu, berikut beberapa pengertian isu yang dikemukakan oleh beberapa ahli. *Issue is a point of conflict between an organizations and one or more of its audiences*, Heath dan Nelson juga mendefinisikan isu sebagai suatu pertanyaan tentang fakta, nilai atau kebijakan yang dapat diperdebatkan (Regester & Larkin, 2003).

Definisi terakhir dinyatakan oleh Regester dan Larkin bahwa sebuah isu mempresentasikan suatu kesenjangan antara praktik suatu perusahaan atau organisasi dengan harapan-harapan para *stakeholder*. Dengan kata lain, sebuah isu yang muncul ke permukaan adalah suatu kondisi atau peristiwa, baik di dalam maupun di luar organisasi, yang jika dibiarkan dapat memberikan efek yang signifikan pada fungsi atau kinerja organisasi tersebut. Semakin banyak harapan yang dimiliki *stakeholder* kepada suatu organisasi maka semakin banyak pula isu yang mempengaruhi fungsi atau kinerja organisasi tersebut.

Dari definisi-definisi yang telah dipaparkan diatas terdapat kesamaan makna bahwa ketika isu mulai muncul di dalam sebuah organisasi, maka dapat dipastikan akan terjadi suatu permasalahan atau pertentangan antara organisasi

dengan publiknya dan organisasi dituntut untuk dapat mengelola isu tersebut agar respon yang diberikan organisasi kepada publik dapat mengurangi dampak isu tersebut dan mencegah berkembangnya isu menjadi krisis ditengah masyarakat. Munculnya suatu isu juga dapat disebabkan oleh beberapa hal sebagai berikut:  
(Nova, 2011)

1. Ketidakpuasan kelompok masyarakat.
2. Terjadinya peristiwa dramatis.
3. Perubahan sosial.
4. Kurang optimalnya kekuatan pemimpin.

## **1.2. Proses Pengelolaan isu (Manajemen isu)**

Kemunculan isu pada sebuah perusahaan menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi suatu organisasi untuk dapat menentukan tindakan yang mampu mengatasi isu yang berkembang ditengah masyarakat. Kejadian ini membutuhkan adanya fungsi manajemen yang dapat melakukan manajemen isu pada organisasi tersebut. Manajemen isu atau pengelolaan isu adalah proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi dan merespon isu-isu kebijakan publik yang mempengaruhi hubungan organisasi dengan publik mereka (Cutlip, Center dan Broom 2009). secara sederhana terdapat dua esensi dari manajemen isu yaitu :

1. Identifikasi dini atas isu yang berpotensi mempengaruhi organisasi.
2. Respon strategis yang didesain untuk mengurangi atau memperbesar konsekuensi dari isu tersebut.

Dilihat dari sisi opini publik, manajemen isu berusaha untuk menjelaskan tren dalam suatu opini publik sehingga perusahaan atau organisasi dapat merespon tren tersebut sebelum berkembang menjadi sebuah konflik yang serius (Cutlip, Center dan Broom 2009). Lebih lanjut, Chase mengatakan bahwa manajemen isu mencakup identifikasi isu, analisis isu, menentukan prioritas, memilih program strategi, mengimplementasikan program aksi dan komunikasi, serta mengevaluasi efektivitas pengelolaan isu tersebut. Dia mengatakan, proses tersebut akan menyelaraskan prinsip, kebijakan dan praktik suatu perusahaan atau organisasi dengan realitas ekonomi yang terpolitisasi. Chase (Cutlip, Center dan Broom 2009) juga menambahkan bahwa definisi manajemen isu sebagai proses menutup kesenjangan antara tindakan suatu perusahaan atau organisasi dengan ekspektasi *stakeholders*.

Untuk lebih memahami definisi dari manajemen isu, peneliti mencantumkan beberapa definisi terkait manajemen isu dari berbagai sumber, yang pertama dikemukakan oleh W. Howard Chase (Nova, 2011) dalam risalahnya yang berjudul “*Corporate Public issues and Their Management*” Volume 1 No.1 Risalahnya tersebut menyebutkan bahwa tujuan-tujuan manajemen isu adalah untuk mengelola isu yang berkembang di publik. Pengelolaan isu yang dimaksud adalah dengan mengidentifikasi isu untuk menemukan isu potensial yang dapat mempengaruhi praktik suatu perusahaan atau organisasi, sehingga perusahaan atau organisasi tersebut dapat dengan cepat menentukan respon yang tepat untuk

menanggapi isu yang ada dan mencegah berkembangnya isu menjadi konflik ditengah publik.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan di atas, menunjukkan bahwa peranan humas memiliki fungsi penting dalam melakukan manajemen isu. Hal ini ditegaskan dari pengertian Chase (Regester dan Larkin, 2003) yang mengatakan bahwa manajemen isu berasal dari kekuatan humas dan dari berbagai disiplin ilmu lain seperti *public affairs*, ilmu komunikasi dan *corporate communication*. Dia juga menambahkan bahwa manajemen isu adalah jalan bagi humas untuk dapat berpindah peran dari peran taktis menjadi peran strategis, sehingga dapat berpartisipasi penuh dalam membuat keputusan-keputusan manajemen.

GR. Terry (1972) menambahkan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan pengorganisasian, penggiatan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Sebagai sebuah proses manajemen, manajemen isu juga terdiri dari beberapa tindakan khas yang ada, mulai dari perencanaan hingga evaluasi.

Untuk lebih memahami proses yang dilakukan dalam manajemen isu, berikut beberapa tahapan dalam proses manajemen isu menurut Chase (Prayudi, 2008) :

## 1. Perencanaan

### 1.a. Identifikasi Isu

Identifikasi isu merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap organisasi dalam menghadapi isu yang muncul. Beberapa kemungkinan yang dapat menimbulkan isu adalah dari adanya tren, perubahan atau peristiwa. Maka sangat diperlukan langkah awal untuk mengelola isu.

Identifikasi isu memiliki tujuan untuk membantu jaringan dan beberapa isu potensial untuk dapat ditangani. Dengan keahlian yang dimiliki humas dalam riset dan komunikasi dengan beragam publik, maka humas memiliki peranan penting dalam mengidentifikasi isu. Kemampuan riset yang dimiliki humas sangat membantu dalam identifikasi isu.

Humas juga dapat melakukan analisis isi media untuk mencermati tren, perubahan atau peristiwa yang bisa membawa konsekuensi bagi perusahaan. Dari data yang telah dikumpulkan melalui pendekatan maupun riset dapat menjadi tahap awal dari identifikasi isu.

### 1.b. Analisis Isu

Pada tahapan analisis isu, langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan sumber isu. Biasanya isu tidak muncul hanya dari satu sumber saja. Pada dasarnya analisis isu mencakup faktor internal dan eksternal dari organisasi. Adapun faktor internal yang dimaksud meliputi kebijakan organisasi, prosedur dan aksi yang berhubungan dengan isu yang muncul. Penelitian yang menyeluruh juga

perlu dilakukan atas persepsi dan aksi orang-orang inti dalam organisasi, struktur dan proses unit-unit organisasi yang relevan dengan isu dan latar belakang keterlibatan organisasi. Dalam hal ini humas juga dituntut untuk peka terhadap segala aktivitas serta budaya yang ada dalam organisasi.

## 2. Pengorganisasian

### 2.a. Pilihan Strategi Perubahan Isu

Monstad (Prayudi, 2008) mengidentifikasi tiga kemungkinan alternatif bagi organisasi agar tidak menjadi korban perubahan kebijakan pihak lain: reaktif, adaptif dan dinamik. Strategi reaktif merupakan upaya pihak manajemen untuk menunda keputusan kebijakan publik dengan manuver taktis. Namun, strategi ini bisa menyebabkan organisasi menjadi korban dari perubahan yang telah diputuskan. Strategi adaptif meliputi keterbukaan terhadap perubahan. Dalam strategi ini organisasi bersedia berubah dan berusaha mengakomodasi, untuk menghindari tuntutan yang tidak diterima, dilanjutkan ke jalur hukum.

Strategi dinamik menekankan aspek proaktif organisasi terhadap perubahan dan menawarkan solusi. Artinya pihak manajemen menjadi bagian dari pemecahan masalah dan bukan menjadi masalah itu sendiri.

## 3. Pelaksanaan

### 3.a. Pemrograman Aksi Isu

Pada tahapan ini menekankan pada evaluasi dan *review* atas tindakan yang telah dilakukan organisasi dalam mengatasi isu yang muncul. Dari tindakan serta

strategi yang telah dipilih, anggota organisasi harus mematuhi dan mendukung kebijakan yang telah diambil pihak manajemen.

Tahapan ini memiliki tujuan utama untuk mencermati bagaimana tim manajemen isu mengintegrasikan kebijakan manajemen isu organisasi dengan perencanaan strategi bisnis organisasi yang dengan jelas mendefinisikan dan memahami posisi untuk terlibat dalam debat atau proses kebijakan publik.

#### 4. Pengevaluasian

##### 4.a. Evaluasi Hasil

Menurut Baskin, Aronoff dan Lattimore (1997) menjelaskan bagaimana evaluasi dapat terlibat dalam hampir setiap fase dari sebuah program. Dalam tahap evaluasi dirumuskan menjadi tiga segmen, yaitu implementasi *Checking*, *In-progress Monitoring* dan *Outcome Evaluation*.

##### a. Implementasi *Checking*

Pertanyaan yang mencakup penilaian pada tahap ini adalah, pada tingkat apa publik sasaran hendak diraih. Selengkap apapun proses perencanaan yang telah dirancang, penting menentukan perbedaan antara implementasi yang direncanakan dan yang sesungguhnya.

##### b. *In-progress Monitoring*

Tahapan ini menekankan pada pentingnya penilaian atas setiap tindakan yang telah dilakukan. Maksud dalam penilaian ini adalah untuk melihat dampak dari tindakan yang telah dilaksanakan untuk nantinya mampu memberikan solusi

atas setiap tindakan yang dirasa kurang efektif bagi organisasi, sehingga manajemen dapat segera mengambil tindakan untuk pilihan strategi yang lebih baik. Penilaian dapat direncanakan dalam interval tertentu untuk menentukan keefektifan program dalam mencapai tujuan. Hasil yang tidak terantisipasi dapat dinilai dan dimasukkan ke dalam evaluasi.

*c. Outcome Evaluation*

Dalam tahapan ini pihak manajemen dapat melihat hasil dari program yang telah dilaksanakan. Dari hasil yang telah didapatkan nantinya diharapkan dapat membuat perubahan bagi organisasi ke arah yang lebih baik. Pada tahapan ini manajemen dapat melihat hasil dari program yang telah dilaksanakan. Semua evaluasi dituntut untuk dapat menjelaskan konteks pelaksanaan program dan untuk menginterpretasikan hasil.

Dalam memahami proses dari manajemen isu, Hainsworth dan Meng (Regester dan Larkin, 2003) menyebutkan empat tahapan dalam siklus hidup isu, yaitu:

*a. Tahap 1- Origin: Potential Issue*

Crable dan Vibbert (Regester & Larkin 2003) menjelaskan bahwa suatu persoalan muncul ketika sebuah organisasi mementingkan masalah yang dirasakan merupakan konsekuensi dari peraturan politik, ekonomi atau kecenderungan sosial yang berkembang. Lalu Grunig dan Hunt (Regester & Larkin 2003) menambahkan bahwa suatu persoalan mulai diperjelas ketika sebuah

organisasi berencana melakukan sesuatu yang mengandung konsekuensi terhadap organisasi lain.

Jadi, yang kita lihat pada tahap potensial awal adalah kondisi atau kejadian terdefinisi yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi sesuatu yang penting. Namun, jenis-jenis persoalan yang ada pada tahap ini belum mendapatkan perhatian ahli atau publik, walaupun beberapa spesialis akan mulai mengetahui keberadaan mereka.

Pada tahap awal, kelompok atau perseorangan secara umum mulai mendirikan tingkat kredibilitas tertentu dalam wilayah pertimbangan dan mencari dukungan dari pemberi pengaruh dan opini lain yang terlibat hingga taraf tertentu dalam area perhatian tersebut. Pada titik ini, biasanya pihak-pihak yang terlibat merasa agak tidak nyaman saat mulai menyadari bahwa, pada situasi tertentu, konflik dapat muncul.

b. Tahap 2 – *Mediations and Amplification : Emerging Issue*

Tahap kemunculan isu menandakan tingkat desakan yang berangsur-angsur menanjak dalam organisasi agar menerima isu tersebut. Pada kebanyakan kasus, peningkatan ini adalah hasil dari aktivitas satu kelompok atau lebih saat mencoba mendorong atau mengesahkan persoalan yang ada (Regester & Larkin 2003).

Pada tahap ini perkembangan masalah isu masih relatif mudah bagi organisasi untuk mengintervensi dan memainkan peran proaktif dalam mengeksplorasi evolusi isu. Bagaimanapun hal tersebut, sering kali sulit untuk

menentukan isu yang paling mendesak, dan sering kali kita menemukan isu yang terlewat ketika manajemen beralih pada hal-hal yang lebih mendesak. Meskipun sulit untuk mengetahui apakah isu akan stabil atau meningkat dengan intens, tetap berada di area tertentu yang terbatas atau semakin melebur, hal ini merupakan suatu kebodohan.

Faktor dominan dalam pengembangan isu pada tahap ini adalah peliputan media. Editorial yang berkali-kali, diawali spesialis/perdagangan kemudian melebar ke umum/bisnis. Sebelum masalah mencapai tahap berikutnya, pihak-pihak yang terlibat biasanya mencoba untuk memikat perhatian media dengan maksud menindak persoalan. Peliputan ini, yang pada awalnya sporadis, pada akhirnya akan menjadi hal biasa dan merupakan faktor kritis yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan masalah selanjutnya (Reger & Larkin, 2003). Kami telah berulang kali terlibat dalam situasi ketika sudah terlambat untuk menilai pesaing secara rutin, penyaringan dini media dan keputusan untuk berkomunikasi dengan media.

Menurut Hainsworth (Reger & Larkin, 2003), proses mediasi adalah sesuatu yang penting dan berefek mempercepat perkembangan penuh sebuah masalah. Oleh karena itu, penting bagi organisasi yang ditargetkan melaksanakan pemantauan rutin dan efektif dalam upaya mengenali persoalan-persoalan tahap kedua dan mulai merumuskan rencana penanganan, untuk berurusan dengan hal tersebut.

c. Tahap 3 – *Organization: Current and Crisis Issue*

Mediasi membawa berbagai taraf organisasi. Beberapa kelompok mulai mencari penyelesaian konflik yang mungkin dapat diterima sesuai kepentingan mereka atau setidaknya meminimalkan kerusakan potensial.

Dalam konteks proses kebijakan publik, masyarakat atau kelompok harus dipandang sebagai sesuatu yang dinamis. Biasanya ada kelompok-kelompok yang mencakup berbagai tingkat komitmen yang menghadapi masalah serupa, mengetahui bahwa terdapat masalah dan bersatu dengan cara tertentu untuk mengatasi persoalan tersebut (Regester & Larkin, 2003). Kelompok-kelompok ini tidak statis dan tingkat ilmu organisasi, pendanaan dan media mereka dapat sangat bervariasi. Pada salah satu ujung spektrum, mereka dapat sangat terorganisasi, terhubung dan didanai dengan baik dengan komitmen yang erat dan terfokus.

Ketika kelompok ini mengusahakan sudut pandang dan tujuan mereka dan mencoba berkomunikasi tentang posisi mereka, konflik menjadi terlihat oleh publik yang mungkin akan mendorong persoalan tersebut ke arah proses kebijakan publik (Regester & Larkin, 2003). Setelah itu, meningkatnya perhatian masyarakat akan memotivasi pihak-pihak yang berpengaruh untuk menjadi bagian dari konflik dan puncak tekanan pada badan institusional untuk mencari penyelesaian masalah.

Pada fase saat ini, persoalan telah matang dan memperlihatkan potensial sepenuhnya ketika hal tersebut bersangkutan. Hal ini menjadi sangat sulit untuk mempengaruhi persoalan sebagaimana hal ini sekarang menjadi kronis, meresap dan meningkat intensitasnya. Partai berbeda terlibat mengenali kepentingan

seluruhnya, dan sebagai respon, menempatkan tekanan pada intitusi regulasi untuk menjadi ikut terlibat.

d. Tahap 4 – *Resolution: Dormant Issue*

Sekali persoalan diterima perhatian publik secara resmi dan memasuki proses kebijakan, baik melalui perubahan legislasi atau regulasi, upaya untuk menyelesaikan konflik menjadi panjang dan mahal, seperti yang diilustrasikan oleh industri tembakau. Objek proses kebijakan publik adalah imposisi dari paksaan tanpa syarat pada semua partai terhadap konflik – baik pada keuntungan mereka atau pada kerugian mereka (Regester & Larkin, 2003).

Jadi, sekali sebuah persoalan bergerak pada rangkaian penuh terhadap lingkaran kehidupannya, dia akan mencapai sebuah tekanan tinggi yang memaksa sebuah organisasi untuk menerima keadaan tanpa syaratnya.

Dalam proses manajemen isu yang dilakukan oleh organisasi memiliki dampak bagi kelangsungan kehidupan sosial, politik dan ekonomi yang berada di lingkungan organisasi tersebut. Berhasil atau tidaknya proses manajemen isu sangat berpengaruh terhadap reputasi organisasi kedepan sehingga organisasi melalui humasnya dituntut untuk mampu lebih peka terhadap berbagai dampak yang bisa ditimbulkan atas kebijakan yang diambil oleh organisasinya.

## **E.2. Humas Pemerintah**

Keberadaan humas dalam suatu lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan baik secara fungsional maupun operasional. Sebagai negara demokrasi humas memiliki fungsi untuk melayani rakyat, karena turut mengawasi setiap kegiatan pemerintah. Apabila tidak sesuai dengan apresiasi rakyat, maka rakyat berhak untuk mengajukan kritik maupun saran. Sesuai dengan peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomer 30 Tahun 2011 tentang pedoman umum tata kelola kehumasan di lingkungan institusi pemerintahan menjelaskan bahwa, humas pemerintah adalah lembaga humas atau praktisi humas yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi (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, 1996), humas pemerintahan merupakan subsistem dari sistem penerangan secara keseluruhan dan merupakan bagian dari kegiatan komunikasi sosial. Humas di lembaga pemerintah lebih mengarahkan kegiatannya untuk meraih kepercayaan dan dukungan nyata masyarakat dalam rangka mensukseskan berbagai kebijakan pembangunan yang ditetapkan oleh pemerintah nantinya. Humas pemerintah dituntut untuk mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang tujuan dan program kerja pemerintah sehingga dalam pelaksanaannya tidak timbul pertentangan atau permasalahan pemerintah dengan masyarakat terkait.

Selanjutnya di dalam pedoman umum tata kelola kehumasan di lingkungan instansi pemerintah tahun 2011, dijelaskan mengenai visi dan misi humas pemerintah. Visi humas pemerintah adalah terciptanya pengelolaan kehumasan (kelembagaan, ketatalaksanaan, dan ESDM) yang proporsional, profesional, efektif, dan efisien dalam mendukung penerapan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik. Sedangkan misi humas pemerintah adalah sebagai berikut:

1. Membangun citra dan reputasi positif pemerintah.
2. Membentuk, meningkatkan, dan memelihara opini positif publik.
3. Menampung dan mengelola aspirasi masyarakat.
4. Mencari, mengklarifikasi, serta menganalisis data dan informasi.
5. Mensosialisasikan kebijakan dan program pemerintahan.

Membangun citra dan reputasi pemerintah yang positif sangat berkaitan dengan humas pemerintah, selain membangun humas pemerintah juga harus mampu mengelola citra dan reputasi pemerintah yang positif. Manajemen isu merupakan salah satu usaha humas pemerintah untuk mengelola citra dan reputasi pemerintah, karena ketika terjadi peredaran isu di dalam masyarakat yang tidak dikelola dengan baik maka reputasi positif pemerintah yang akan menjadi taruhannya (Nova, 2011).

## **2.1. Tujuan Humas Pemerintah**

Penerapan humas dalam lembaga pemerintahan digunakan untuk menjembatani pemerintah agar dapat menyentuh langsung setiap aspek yang terdapat di masyarakat. Hampir semua bagian pemerintah mengandalkan orang-orang kehumasan untuk mendekati diri kepada masyarakat. Hal tersebut tentunya tidak lepas dari tujuan-tujuan humas pemerintahan. Untuk mencapai tujuan itu upaya yang dilakukan diantaranya dengan mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favorable*, humanis dengan berbagai lapisan publik serta kegiatan kehumasan yang harus diarahkan kedalam dan keluar. Terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh humas pemerintahan: (Cutlip, 2011)

1. Memberikan informasi konsiten tentang aktivitas agen pemerintah.
2. Memastikan kerjasama aktif dalam program pemerintahan seperti kepatuhan terhadap program aturan.
3. Mendorong warga agar mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan seperti sensus, program pengawas keamanan lingkungan.
4. Melayani sebagai advokat publik untuk administator pemerintah seperti menyampaikan opini publik kepada pembuat keputusan, mengelola isu publik didalam organisasi, meningkatkan aksesibilitas publik kepada pejabat administrasi.
5. Mengelola informasi internal seperti menyiapkan newsletter organisasi, pengumuman elektronik, dan menyusun isi dari situs internet organisasi untuk karyawan maupun masyarakat.
6. Memfasilitasi hubungan media seperti menjaga hubungan dengan pers lokal, bertugas sebagai saluran untuk semua pertanyaan media, memberi tahu pers tentang organisasi, praktik, dan kebijakannya.
7. Membangun komunitas dan bangsa seperti menggunakan kampanye kesehatan publik dengan dukungan pemerintah dan program keamanan publik lainnya serta mempromosikan berbagai program sosial maupun pembangunan.

Pengelolaan isu menjadi suatu tuntutan yang harus mampu dilakukan oleh humas pemerintah, sebagai advokat publik humas pemerintah menjadi penghubung antara publik dengan pembuat keputusan di dalam pemerintahan. Sehingga humas pemerintah dapat memahami ketidaksesuaian harapan publik, kebutuhan publik, dan segala hal yang dapat menimbulkan isu sensitif di dalam publik. Lalu pada akhirnya humas pemerintah dapat memberikan masukan-masukan yang mampu menghasilkan kebijakan yang tidak menimbulkan isu di dalam publiknya.

## **2.2. Peran Humas Pemerintah**

Dalam buku Etika Kehumasan konsepsi dan Aplikasi (Ruslan, 2011) menjelaskan bahwa peran humas pemerintah menyangkut beberapa hal sebagai berikut :

1. Secara taktis (jangka pendek), humas pemerintah berupaya memberikan pesan-pesan atau informasi yang efektif kepada masyarakat sebagai khalayak sarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi efektif, memotivasi dan memiliki pengaruh terhadap opini publik sebagai upaya menyamakan persepsi dengan tujuan dan maksud dari instansi atau lembaga yang bersangkutan.
2. Secara strategis (jangka panjang), humas pemerintah berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan, dan memberikan sumbangan saran, gagasan, dan ide yang kreatif serta cemerlang untuk mensukseskan program kerja lembaga yang bersangkutan, sehingga mampu menunjang keberhasilan pembangunan nasional jangka panjang serta mendorong melalui kerja sama dan mendapat dukungan dari masyarakat.

Di dalam pedoman umum tata kelola kehumasan di lingkungan instansi pemerintah Nomer 30 Tahun 2011 yang dikeluarkan oleh Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia, disebutkan mengenai peran humas pemerintah meliputi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Komunikator

Humas pemerintah berperan membuka akses dan saluran komunikasi dua arah, antara instansi pemerintah dan publiknya, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui sarana kehumasan.

2. Fasilitator

Humas pemerintah berperan meyerap perkembangan situasi dan aspirasi publik untuk dijadikan masukan bagi pimpinan instansi pemerintah dalam pengambilan keputusan.

3. Diseminator

Humas pemerintah berperan dalam pelayanan informasi terhadap internal organisasi dan publiknya, baik langsung maupun tidak langsung, mengenai kebijakan dan kegiatan masing-masing instansi pemerintah.

4. Katalisator

Humas pemerintah berperan dalam melakukan berbagai pendekatan dan strategi guna mempengaruhi sikap dan pendapat publik untuk menyalurkan kepentingan pemerintah dengan publiknya.

5. Konselor, Advisor, dan Interpreter

Humas pemerintah merupakan konsultan, penasihat, dan penerjemah kebijakan pemerintah.

6. Prescriber

Humas pemerintah berperan sebagai salah satu instansi strategi pemimpin puncak penentu kebijakan.

### **2.3. Tugas Humas Pemerintah**

Humas pemerintah diklasifikasikan menjadi dua yaitu humas pemerintah pusat dan humas pemerintah daerah (Effendy, 1999). Menurutnya kedua klasifikasi tersebut mempunyai tugas yang sama, walau ruang lingkupnya berbeda. Tugas humas pemerintah di sini pertama menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan perencanaan dan hasil yang telah dicapai, kemudian menerangkan dan mendidik mengenai perundang-undangan, peraturan-peraturan serta hal-hal yang berhubungan dengan masyarakat.

Melalui humas, pemerintah dapat menyampaikan informasi atau menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan dan tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas dan kewajiban ke pemerintahannya. Terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utama humas (Ruslan, 1999):

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (learning about public desires and aspirations).
2. Kegiatan memberikan nasihat atau saran untuk menanggapi dan dilakukan oleh instansi atau lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki publiknya (advising the public about what is should desires)
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dan aparat pemerintah (ensuring satisfactory contact between and government official).
4. Memberikan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga atau instansi pemerintah yang bersangkutan (informing and about what an agency is doing)

Selain itu humas pemerintah juga bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada khalayak publik mengenai kebijakan, langkah ataupun tindakan yang diambil oleh pemerintah, serta mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara lembaga atau instansi dengan publiknya dan memberikan

pengertian kepada publiknya tentang apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah dimana humas itu berada dan berfungsi. Berikut beberapa tugas humas pemerintah (Ruslan, 1999):

1. Memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijakan serta tujuan apa dan bagaimana yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.
2. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta dalam pelaksanaan program pembangunan diberbagai bidang sosial, budaya, ekonomi, maupun politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.
3. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajiban masing-masing.

#### **2.4. Fungsi Humas Pemerintah**

Fungsi utama humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang baik antara lembaga atau instansi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim berpendapat yang saling menguntungkan. Hal ini menjadi sasaran umum dalam pelaksanaan kegiatan humas swasta maupun pemerintah. Untuk mencapai tujuan atau sasaran tersebut, perlu diupayakan hubungan yang harmonis antara humas dan lingkungannya.

Selain itu, fungsi pokok humas pemerintah untuk mengatur lalu-lintas atau sirkulasi informasi internal dan eksternal dengan memberikan informasi serta penjelasan seluas mungkin kepada publiknya mengenai kebijakan, program, serta

tindakan ataupun aktivitas dari lembaga dan organisasinya, agar dapat dipahami sehingga memperoleh *public support* dan *public acceptance* (Rachmadi, 1994). Sebagai suatu lembaga atau institusi humas pemerintah dituntut untuk mampu mengelola penyebaran informasi baik kedalam atau keluar institusi. Banyaknya pihak yang terlibat dalam suatu institusi menjadikan rawan terjadinya *miss* komunikasi di dalamnya sehingga fungsi humas pemerintah dalam suatu institusi sangatlah penting.

Dalam buku “Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi” menjelaskan bahwa di Indonesia fungsi pokok humas pemerintah terdiri dari 4 unsur sebagai berikut (Ruslan, 1999):

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah.
2. Memberikan pelayanan dan penyebarluasan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan ataupun program-program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak dan menampung aspirasi serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.
4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

## **2.5. Aktifitas Humas Pemerintah**

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi humas pemerintah, maka humas pemerintah perlu melakukan beberapa aktivitas sebagai berikut (Sunarto, 2003):

1. Membina pengertian kepada publik terhadap kebijaksanaan pemerintah. Dalam hal ini, publik yang menjadi sasaran terdiri dari:
  - a. Publik internal yaitu karyawan di lingkungan pemerintahan itu sendiri.
  - b. Publik eksternal yaitu media massa, pejabat pemerintah, pemuka masyarakat, dan masyarakat sekitar yang menjadi publiknya.
2. Menyelenggarakan dokumentasi kegiatan pokok aparatur pemerintahan, khususnya yang berkenaan dengan pemberian pelayanan kepada masyarakat dan yang telah di-release untuk publikasi.
3. Memonitor dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat masyarakat. Humas pemerintah menggunakan tanggapan dan pendapat masyarakat sebagai data untuk ditampung kemudian dijadikan sebagai pertimbangan dalam menilai aktivitas yang telah dilakukan maupun pertimbangan untuk menentukan aktivitas yang akan dilakukan selanjutnya.
4. Mengumpulkan data dan informasi yang datang dari berbagai sumber. Masalah pengumpulan dan penyimpanan data serta informasi yang menjadi perhatian semua orang. Tidak saja besarnya jumlah informasi, tetapi juga informasi yang relevan serata diperlukan oleh perseorangan, badan atau instansi, media, kantor berita, lembaga pendidikan dan perusahaan yang membutuhkan.
5. Melakukan analisis terhadap permasalahan yang telah diklasifikasikan ke dalam bidang-bidang permasalahan yang sesuai dengan bidang pekerjaan humas yang bersangkutan, kemudian membuat kesimpulan terhadap permasalahan tersebut. Hasil proses pengelolaan ini digunakan untuk memberikan gambaran atau informasi kepada pimpinan dan khalayak.
6. Kegiatan humas merupakan penyampaian informasi yang mengandung penjelasan-penjelasan atas fakta pendapat atau sikap yang akan dikomunikasikan. Sifat informasi biasanya bermacam-macam, yaitu:
  - a. Rahasia atau tidak rahasia.
  - b. Nilai aktualitasnya bagi khalayak rendah atau tinggi.
  - c. Nilai kebutuhan khalayak yang luas atau terbatas.
7. Penyebaran informasi merupakan suatu proses kegiatan humas kepada khalayak internal maupun eksternal. Informasi humas yang akan disebarkan kepada masyarakat pada umumnya harus mengandung jaminan akan validitas dan kredibilitas informasi yang dikomunikasikan. Penyebaran informasi humas hendaknya disesuaikan dengan sasaran yang

hendak dicapai. Oleh karena itu penyebaran dapat ditinjau dari segi pengelompokan sasaran yang bersifat vertikal, misal : kelompok cendekiawan, kelompok pendidikan, dan sebagainya.

### **E.3. Media Publikasi Humas**

Setiap terjadi isu yang berkembang di masyarakat, humas membutuhkan media untuk melakukan publikasi guna mengontrol perkembangan isu dan mencegah berkembang suatu isu menjadi sebuah krisis. Media massa memiliki kemampuan diseminasi informasi secara serentak, repetisi dan simultan yang membuat media mempunyai kekuatan dalam membentuk opini (Kriyantono, 2012). Keberadaan media juga menjadi hal yang menguntungkan bagi humas.

Media menjadi mitra yang menguntungkan dalam tiga hal:

1. Untuk menyebarkan informasi tentang situasi terkini secara luas dan berulang-ulang. Informasi ini untuk menjelaskan langkah-langkah yang sudah, sedang, dan yang akan dilakukan organisasi sehingga publik merasakan kecukupan informasi.
2. Sarana memperoleh umpan balik dari publik. Publik dapat mengungkapkan opininya lewat surat pembaca.
3. Sebagai sarana memonitor tentang kondisi organisasi, isu yang berkembang, pesaing, tren yang berkembang, dan lingkungan sosial secara keseluruhan yang tercermin dari berita-berita media.

Menurut Clarke media massa memiliki beberapa fungsi bagi humas, diantaranya sebagai berikut: (Kriyantono, 2012)

1. Untuk mendokumentasikan dan meningkatkan publisitas media melalui *press-release*, konferensi pers, mengorganisasi *event-event* tertentu, dan kampanye humas.
2. Untuk memahami publik dan persepsinya terhadap produk atau pelayanan yang telah dilakukan humas.

3. Untuk memahami lingkungan sosial dan industri tempat organisasi berada.
4. Untuk menganalisis efektivitas perencanaan yang dilakukan humas, termasuk kegiatan pemberian sponsor dan relasi dengan komunitas.
5. Untuk mendapatkan informasi dan bekal bagi humas tentang cara bertindak jika isu atau krisis membesar.

Banyaknya media saat ini menjadikan humas harus memiliki pemahaman dan keahlian dalam menggunakan koran, majalah, radio, televisi, buku, dan lain sebagainya. Humas harus memahami peran informasi, berbagai media dan persyaratan produksinya serta nilai yang dianut awak media yang mengontrol pemberitaan (Cutlip, Center & Broom, 2009). Para awak media menjadi salah satu *stakeholder* yang harus dikelola dengan baik oleh humas karena media memiliki kontrol penuh terhadap publikasi yang akan dilakukan.

### **3.1. Cara berkomunikasi dengan media**

Public relations menjelaskan beberapa cara yang dilakukan humas untuk berkomunikasi dengan media. Sebagai berikut: (Kriyantono, 2012)

1. Membuka akses informasi setiap saat dibutuhkan media. Jika informasi yang diminta wartawan tidak tersedia saat itu, maka humas harus berupaya menyediakannya dalam waktu secepat mungkin, walaupun tidak diminta.
2. Membuka akses wartawan untuk berkomunikasi dengan *top management*. Ada kemungkinan wartawan ingin mewawancarai CEO atau direksi lainnya. Bisa jadi wartawan ingin berbicara dengan seseorang yang dianggap kredibel, maka tugas humas adalah untuk mengaturnya.
3. Selalu menyampaikan informasi secara jujur. Hanya ada satu cara meraih kredibilitas, yaitu berbicara jujur. Jangan menutupi fakta meskipun menyakitkan.
4. Antisipasi pertanyaan dari media massa sehingga humas mempunyai kesiapan informasi menyangkut isu-isu yang diprediksi akan menjadi incaran media.

5. Langsung memberi informasi secepatnya pada saat isu atau krisis dimulai.
6. Informasi harus konsisten. Apa yang disampaikan harus sesuai dengan situasi nyata dan memberikan jawaban yang sama terhadap beberapa pertanyaan yang disampaikan secara berbeda.
7. Sampaikan apa yang dirasakan organisasi isu atau krisis dan tindakan apa yang sudah dilakukan oleh organisasi untuk meminimalkan dampak isu atau krisis tersebut.
8. Menganggap bahwa apapun yang disampaikan humas memiliki potensi untuk dimuat di media.
9. Media tidak bisa diabaikan selama isu atau krisis berlangsung.
10. Menjadikan organisasi sebagai satu-satunya sumber informasi yang mempunyai otoritas penuh dalam menyampaikan informasi yang akurat.
11. Memonitoring berita-berita media.

#### **E.4. Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai pengelolaan isu telah banyak dilakukan dalam berbagai kajian dan literatur. Salah satu penelitian yang mengangkat hubungan antara humas dengan pengelolaan isu adalah skripsi yang berjudul efektivitas manajemen isu penebangan hutang lindung yang dilakukan PT. Chevron Geothermal Indonesia, oleh Arya Chandra Kusuma mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam penelitiannya diungkapkan bahwa manajemen isu yang dilakukan PT. Chevron Geothermal Indonesia dinilai kurang efektif karena tidak adanya perubahan yang dialami oleh masyarakat sekitar yang merasakan dampak isu tersebut. Banyak masyarakat yang masih mengeluhkan tentang kelangkaan air dan kesuburan tanah di lingkungan mereka. Masyarakat juga menilai bahwa manajemen isu yang dilakukan PT. Chevron Geothermal

Indonesia tidak dapat mewujudkan harapan mereka, hubungan antara perusahaan dengan masyarakat terkesan dingin dan perusahaan dinilai belum terbuka dalam menyampaikan informasi-informasi terhadap masyarakat yang juga sebagai target sasaran dari manajemen isu.

Perbedaan dalam kajian manajemen isu terdahulu terlihat dari fokus penelitian yang mendeskripsikan efektivitas manajemen isu yang dilakukan oleh PT. Chevron Geothermal Indonesia melalui opini masyarakat yang terkena dampak isu tersebut. Sedangkan pada penelitian kali ini berfokus pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh bagian humas pemerintah kota Yogyakarta dalam melakukan pengelolaan isu.

Kemudian penelitian selanjutnya yang membahas tentang pengelolaan isu adalah skripsi yang berjudul langkah-langkah humas kementerian tenaga kerja dan transmigrasi dalam manajemen isu, oleh Yoselita Febriana Kusumaningrum mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan mengenai langkah-langkah humas kementerian tenaga kerja dan transmigrasi dalam melakukan manajemen isu serta aplikasinya dalam bentuk program kerja dalam upaya mengelola isu mengenai kekerasan yang dialami oleh TKI. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu ingin menjelaskan langkah-langkah humas dalam melakukan pengelolaan isu kekerasan yang dialami TKI lalu melihat aplikasinya yang dibentuk dalam program kerja kementerian tenaga kerja dan transmigrasi, sedangkan penelitian kali ini akan membahas aktivitas humas pemerintah kota

Yogyakarta dalam mengelola isu relokasi parkir serta menjelaskan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pengelolaan isu tersebut.

## **F. Metode Penelitian**

### **F.1. Format Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka (Meolong,1996). Riset kualitatif mengandung pengertian adanya upaya penggalian dan pemahaman pemaknaan terhadap apa yang terjadi pada berbagai individu atau kelompok, yang berasal dari persoalan sosial atau kemanusiaan (Santana, 2010). Riset kualitatif merupakan kajian berbagai studi dan kumpulan berbagai jenis materi empiris, seperti studi kasus, pengalaman personal, pengakuan instropektif, kisah hidup, wawancara, artifak, berbagai teks dan produksi kultural, pengamatan, sejarah, interaksional, dan berbagai teks visual (Santana, 2010).

Dalam penelitian ini peneliti mempertimbangkan beberapa poin diantaranya yaitu:

1. Deskripsi dari aktivitas pengelolaan isu relokasi parkir Malioboro yang dilakukan humas Pemerintah Kota Yogyakarta.
2. Data yang akan digunakan berupa kata-kata yang didukung dengan gambar serta bukti lainnya yang ikut memperkuat argumen penulis. Penelitian ini akan berfokus pada penyampaian hasil melalui kata-kata dari hasil penelitian melalui teknik wawancara.

Peneliti memilih studi kasus sebagai metode penelitian karena studi kasus dianggap sebagai pendekatan yang sesuai dengan penelitian ini.

Studi kasus adalah pengujian intensif, menggunakan berbagai sumber bukti (yang bisa kualitatif, kuantitatif, atau kedua-duanya), terhadap satu entitas tunggal yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Kasusnya mungkin sebuah perusahaan, sekumpulan perusahaan seperti kelompok kerja atau kelompok sosial, komunitas, peristiwa, proses, isu, maupun kampanye. Tujuan studi kasus adalah meningkatkan pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi kontemporer yang nyata, dalam konteksnya (Daymon & Holloway, 2008).

Melalui pendekatan studi kasus penulis berusaha untuk menggali fakta pada satu organisasi tertentu yang terkait dengan objek penelitian. peneliti akan melakukan penelitian yang berfokus kepada humas pemerintah kota Yogyakarta dalam mengelola isu yang ada. Kasus yang diangkat dalam penelitian ini adalah isu relokasi parkir Malioboro.

## **F.2. Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah humas Pemerintah Kota Yogyakarta selaku pihak yang melakukan pengelolaan isu relokasi parkir Malioboro. Namun hal ini tidak menutup kemungkinan penulis untuk menggali informasi terkait pengelolaan isu relokasi parkir Malioboro kepada pihak lain yang dipercaya humas Pemerintah Kota Yogyakarta masih berkaitan dalam relokasi parkir Malioboro.

### **F.3. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian berada di Kantor Balaikota Yogyakarta yang beralamat di Jalan Kenari No. 56, Muja Muju, Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55165. Telp. +62 274 514448, Email: walikota@jogjakota.go.id

### **F.4. Teknik Pengumpulan data**

#### **a. Interview (wawancara)**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara dalam mengumpulkan data primer. Wawancara didefinisikan sebagai ”interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, yaitu yang melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar disekitar pendapat dan keyakinan” (Emzir, 2010).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Mereka menguasai atau memahami pengelolaan isu yang ada di pemeirntah kota Yogyakarta.
2. Mereka yang berkecimpung atau terlibat dalam kegiatan pengelolaan isu.
3. Mereka memiliki cukup waktu untuk diwawancarai.

Informan yang dipilih dalam penelitian ini berasal dari unsur pemerintah, masyarakat terdampak isu dan masyarakat terdampak isu. Wawancara akan ditujukan kepada pihak-pihak yang berkompeten serta

memiliki informasi tentang pelaksanaan pengelolaan isu di kantor humas dan informasi pemerintah kota Yogyakarta, diantaranya sebagai berikut:

- Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Yogyakarta  
**Ignatius Trihastono, S.Sos,**
- Kepala Sub Bagian Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Yogyakarta  
**Tedi Saparian, S.E.**
- Ketua Paguyuban Juru Parkir Malioboro (masyarakat terdampak)  
**Aji**
- Ketua I Paguyuban Juru Parkir Malioboro (masyarakat terdampak)  
**Priyantono**

b. Dokumentasi dan Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan “cara yang digunakan untuk menggali data dari narasumber berupa surat, memorandum, pengumuman resmi, agenda, kesimpulan-kesimpulan dalam pertemuan, dokumentasi administrasi, proposal, kliping, dan artikel media massa” (Yin,2006).

Penelitian dilakukan dengan menggunakan buku-buku sebagai sumber data dan acuan teori yang berhubungan dengan penelitian yang diambil. Selain dari buku, penelitian juga diambil dari sumber data lain seperti, arsip, dokumentasi foto, laporan berita atau kliping artikel dari

media massa mengenai pemberitaan yang berhubungan dengan isu relokasi parkir Malioboro.

#### **F.5. Teknik Analisis Data**

Data dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis, atau lisan orang-orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 2001). Analisis dapat dikelaskan sebagai 3 alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu :

##### **a. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data-data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan ini adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi

##### **b. Penyajian Data**

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian penyajian data, akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

Lebih jauh menganalisis ataukah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2008) reduksi dan penyajian data akan memberikan peneliti pemahaman dan pemaknaan tentang data sehingga peneliti lebih mudah menarik kesimpulan yang kemudian digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

#### **F.6. Uji Validitas Data**

Teknik yang dilakukan dalam uji validitas data yaitu dengan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2002), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Menurut Patton (Moleong, 2002) menyebutkan triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal yang dapat dicapai dengan jalan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dan membandingkan apa yang dikatakan oleh sumber secara pribadi.

- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti orang awam, orang yang berpendidikan menengah, atau tinggi, dan orang pemerintahan.
- e. Membandingkan antara data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua cara saja yaitu (a) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, dan (e) Membandingkan antara data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

## **G. Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan ini disusun untuk mempermudah penyajian dari hasil analisis data dan mempermudah proses analisis dalam penelitian. Maka dari itu, penelitian ini akan disusun secara sistematis yang terdiri dari empat bab. Bab Pertama terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metode penelitian. Bab ini disajikan sebagai pendahuluan dan pengantar isi dari pembahasan penelitian untuk bab-bab berikutnya. Bab kedua berisi tentang gambaran deskripsi objek penelitian yang terdiri dari profil bagian humas dan informasi pemerintah kota Yogyakarta. Bab ketiga berisi tentang hasil analisis data yang kemudian dituangkan dalam

pembahasan penelitian dan bab keempat berisi tentang kesimpulan dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.