

STRATEGI MANAJEMEN ISU HUMAS PT ANGKASA PURA 1 DALAM MENANGANI PEMBERITAAN *NEGATIVE*

(Studi Kualitatif Mengenai Fasilitas Difabel Di Bandara Yogyakarta
International Airport)

Riyan Adhi Nugroho

Achmad Mucharam

Dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi UPI YAI Jakarta

achmucharam@gmail.com

ABSTRAK

PT Angkasa Pura 1 sebagai organisasi yang bergerak di sektor publik, tentu diharapkan dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada seluruh masyarakat. Pada bulan Oktober 2019, Bandar Udara YIA (Yogyakarta *International Airport*) sebagai salah satu bandara yang dikelola oleh PT Angkasa Pura 1 sempat diberitakan kurangnya fasilitas parker dan fasilitas bandara bagi para difabel yang berada di Yogyakarta. Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui langkah-langkah manajemen isu yang dilakukan oleh humas PT Angkasa Pura 1 dalam menangani pemberitaan negative terkait kurang ramahnya fasilitas bandara YIA (Yogyakarta *International Airport*) bagi para penyandang disabilitas. Untuk mengevaluasi strategi humas PT Angkasa Pura 1 dalam mengelola isu pemberitaan *negative* terkait kurang ramahnya fasilitas bandara YIA (Yogyakarta *International Airport*) bagi para penyandang disabilitas. Menggunakan konsep manajemen isu, humas, Difabel. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sifat penelitian deskriptif Teknik pengumpulan data primer wawancara dan observasi dan data sekunder studi Pustaka dan studi dokumentasi. hasil yang diperoleh Isu yang berkembang di masyarakat tentunya bisa dikendalikan oleh humas memonitor lingkungannya secara aktif. Humas Pirngadi menilai isu sebagai rumor yang terkadang melanggar hukum dan fakta. Ia akan merespon dan mengakui keberadaan isu tersebut apabila telah ada “konfirmasi”. Sepanjang tidak ada konfirmasi maka humasnya tidak akan merespon dan mengakui keberadaan isu tersebut.

Keyword: Manajemen Isu, Difabel, Humas

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

PT Angkasa Pura 1 sebagai salah satu penyedia jasa penerbangan udara milik negara, tampaknya PT Angkasa Pura 1 tak luput dari masalah pemberitaan yang menyangkut isu-isu baik itu bernada positif maupun negatif setiap tahunnya. Hal itu dapat kita lihat dari berbagai media baik

cetak maupun elektronik. PT Angkasa Pura 1 sebagai organisasi yang bergerak di sektor publik, tentu diharapkan dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada seluruh masyarakat tanpa terkecuali. Pada bulan Oktober 2019, Bandar Udara YIA (Yogyakarta *International Airport*) sebagai salah satu bandara yang dikelola oleh PT Angkasa

Pura 1 sempat diberitakan oleh beberapa media cetak dan online Yogyakarta terkait kurangnya fasilitas parkir dan fasilitas bandara bagi para difabel yang berada di Yogyakarta.

Pemberitaan ini jelas mempengaruhi nama baik Yogyakarta International Airport. Hal ini sangat tidak diharapkan oleh pihak pengelola bandara. Karena akan menimbulkan kesan bahwa bandara Yogya International Airport tidak memiliki fasilitas bagi para penyandang disabilitas. Memang pada dasarnya permasalahan yang sering terjadi pada organisasi ialah pada sistem pelayanannya yakni pelayanan yang kurang profesional.

Melihat kondisi seperti ini merupakan hal yang sangat tidak diharapkan oleh organisasi ini, sebab ini menyangkut citra, reputasi dan nama baik organisasi itu. Seperti pada kasus bandara YIA diatas. Bagaimana tidak, sebab memungkinkan tidak semua informasi/isu bernada negatif yang beredar selalu akurat dan didasarkan pada fakta. Ini merupakan kondisi yang sangat merugikan sebab potensi perubahan citra akan terjadi yang memiliki potensi dampak pada perubahan sikap dan perilaku konsumen dalam menggunakan jasa kesehatan organisasi ini yang memiliki citra negatif disebabkan oleh isu yang telah beredar yang terkadang belum tentu benar ataupun salah. Penelitian ini mengenai strategi manajemen isu Humas PT Angkasa Pura 1 dalam menangani isu pemberitaan negative tentang fasilitas bandara bagi para penyandang disabilitas di bandara YIA (Yogyakarta *International Airport*)

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui langkah-langkah manajemen isu yang

dilakukan oleh humas PT Angkasa Pura 1 dalam menangani pemberitaan negative terkait kurang ramahnya fasilitas bandara YIA (Yogyakarta *International Airport*) bagi para penyandang disabilitas.

2. Untuk mengevaluasi strategi humas PT Angkasa Pura 1 dalam mengelola isu pemberitaan *negative* terkait kurang ramahnya fasilitas bandara YIA (Yogyakarta *International Airport*) bagi para penyandang disabilitas.

TINJAUAN PUSTAKAN

Manajemen Isu

Manajemen isu adalah sebuah program yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan terhadap proses kebijakan publik dan meningkatkan keefektifan dan kebaruan dari keterlibatan manajemen isu dalam proses kebijakan publik (Regester and Judi, Risk Issues and Crisis Management in Public Relation 2003, 37)

Isu adalah berbagai perkembangan, biasanya terjadi didalam arena publik yang jika berlanjut ini secara signifikan akan dapat memengaruhi operasional atau kepentingan jangka panjang dari organisasi. Dapat disebut bahwa isu titik awal munculnya konflik jika tidak dikelola dengan baik. Menurut The Issue Management Council, jika terjadi gap atau perbedaan antara harapan publik dengan kebijakan, operasional, produk atau komitmen organisasi terhadap publiknya maka disitulah munculnya isu (Kriyantono 2012, 151-152)

Dalam konteks ini, beragam hal dalam kehidupan dapat terkait dengan aktivitas perusahaan dan tumbuh sensitif

menjadi isu yang kemudian berkembang di masyarakat. Isu yang berkembang di masyarakat tentunya bisa dikendalikan oleh perusahaan, hal itu tergantung bagaimana Public Relations dapat memonitor lingkungannya (Kriyantono 2012, 153). Dengan memonitor lingkungan secara sistematis, *Public Relations* tersebut dapat mengobservasi alur opini publik terhadap suatu peristiwa sosial yang dimungkinkan dapat mempengaruhi operasional perusahaan. Isu selalu hadir dalam aktivitas organisasi sebagai akibat dari interaksi dengan publik dan lingkungan sosial tempat perusahaan berada. Sistem sosial tidak pernah sepi dari pertarungan simbolik, sehingga *Public Relations* diharapkan proaktif dalam mengelola isu.

(Kriyantono 2012, 158), dapat di deskripsikan dua aspek jenis isu. Pertama, aspek dampaknya. Ada dua jenis isu yaitu *defensive* dan *offensive issues*. *Defensive issues* adalah isu-isu yang membuat cenderung memunculkan ancaman terhadap organisasi, dan oleh karena itu organisasi harus mempertahankan diri agar tidak mengalami kerugian reputasi. Sementara *offensive issues* adalah isu-isu yang dapat digunakan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Kedua, aspek keluasan isu. Ada empat jenis isu, yaitu:

1. Isu-isu universal, yaitu isu-isu yang memengaruhi banyak orang secara langsung, bersifat umum dan berpotensi memengaruhi secara personal.
2. Isu-isu advokasi, yaitu isu-isu yang tidak memengaruhi sebanyak orang seperti isu universal. Isu ini muncul karena disebarkan kelompok tertentu yang mengaku representasi kepentingan publik.

3. Isu-isu selektif, yaitu isu-isu yang hanya memengaruhi kelompok tertentu.
4. Isu-isu praktis, yaitu isu-isu yang hanya melibatkan atau berkembang di antara para pakar (Kriyantono 2012).

Organisasi diharapkan mempunyai kemampuan memprediksi tentang apa yang akan terjadi di masa depan (Kriyantono 2012, 153). Dalam Nova munculnya sebuah isu dapat disebabkan oleh:

1. Ketidakpuasan sekelompok masyarakat. Isu dapat terjadi ketika adanya unsur ketidakpuasan yang dialami oleh sekelompok masyarakat terhadap sesuatu seperti produk, pelayanan, harga ataupun macam-macam bentuk lainnya yang diberikan oleh korporat kepada masyarakat tersebut
2. Terjadinya peristiwa dramatis. Sebuah isu juga dapat muncul bila terjadi suatu peristiwa dramatis yang dialami oleh organisasi. Misalnya kebakaran yang melanda pabrik suatu perusahaan, penipuan yang dialami oleh organisasi tersebut, dan lain-lain.
3. Perubahan sosial. Perubahan sosial juga dapat memicu terjadinya sebuah isu. Seperti misalnya dampak krisis ekonomi yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi perusahaan yang sedikit banyaknya dapat memperburuk kinerja perusahaan tersebut.

4. Kurang optimalnya kekuatan pemimpin. Dalam hal ini, isu juga dapat muncul apabila leadership dari seorang pemimpin perusahaan atau organisasi kurang optimal. Contohnya, seorang manajer tidak mampu mendorong dan mengawasi setiap aktivitas kinerja anggotanya yang pada akhirnya akan membawa kerugian pada perusahaan tersebut. (Nova 2011, 239-240)

Karena tipisnya perbedaan antara isu dan kritis, sangatlah penting bagi public relations untuk memahami tahap perkembangan isu diantaranya yaitu: *potential, imminent, current, critical, dan dormant* (Regester and Judy, Risk Issues and Crisis Management in Public Relation 2003):

1. *Tahap Origin (Potential Stage)* Pada tahap ini, seseorang atau kelompok mengekspresikan perhatiannya pada isu dan memberikan opini.
2. *Tahap Mediation dan Amplification (Imminent state/emerging)* Pada tahap ini, isu berkembang karena isu-isu tersebut sudah mempunyai dukungan publik yaitu ada kelompok-kelompok yang lain saling mendukung dan memberikan perhatian pada isu-isu tersebut.
3. *Tahap Organization (Current Stage and Critical Stage)* Disebut tahap organisasi, karena pada tahap ini publik sudah mulai mengorganisasikan diri dan membentuk jaringan-jaringan. (Regester and Judy, Risk Issues

and Crisis Management in Public Relation 2003)

Difabel

Difabel atau kata yang memiliki definisi “Different Abled People” ini adalah sebutan bagi orang cacat. Kata ini sengaja dibuat oleh lembaga yang mengurus orang – orang cacat dengan tujuan untuk memperhalus kata – kata atau sebutan bagi seluruh penyandang cacat yang kemudian mulai ditetapkan pada masyarakat luas pada tahun 1999 untuk menggunakan kata ini sebagai pengganti dari kata cacat (sumber : www.google/difabel.com n.d.)

Corporate Communication

Public Relations (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan pendahulu dari fungsi *Corporate Communication* (Komunikasi Korporasi) yang tumbuh karena adanya kebutuhan. Walaupun perusahaan-perusahaan tidak memiliki strategi spesifik untuk sistem komunikasi, mereka harus sering merespons kepada publik internal dan eksternal. Oleh karena hukum-hukum baru memaksa perusahaan untuk berkomunikasi di banyak situasi yang dulunya mereka tidak terbiasa dikonfrontasi dan kebutuhan untuk terus-menerus merespons menunjukkan bahwa sumber daya yang berdedikasi dibutuhkan untuk mengatur aliran sistem komunikasi. Menurut penjelasan tersebut, *Corporate Communication* memiliki definisi yang sama dengan PR. *Corporate Communication* pun menjalankan fungsi-fungsi PR yang sudah kita ketahui.

Corporate Communication adalah pesan yang dikeluarkan oleh sebuah organisasi atau perusahaan, badan, atau lembaga kepada publik. “Publik”, baik dari

internal yaitu karyawan, *stakeholder*, dan pemegang saham maupun eksternal seperti agens-agensi, mitra, media, pemerintah, badan industri dan institusi-institusi, serta masyarakat intelek dan masyarakat umum (Riel 2007). Suatu organisasi harus mengomunikasikan pesan yang sama ke semua yang berkepentingan, untuk mengirimkan koherensi, kredibilitas dan etika. Jika salah satu esensi ini ada yang hilang, maka seluruh organisasi kemungkinan akan gagal. *Corporate Communication* membantu organisasi menjelaskan misi mereka, menggabungkan banyak visi dan nilai-nilai menjadi sebuah pesan kohesif kepada *stakeholder* (Riel 2007).

Proses manajemen isu Model Chase and Jones dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Identifikasi Isu
2. Analisis Isu
3. Pilihan Strategi Perubahan Isu
4. Program Penanganan Isu
5. Evaluasi Hasil

Cutlip, Center dan Broom menjelaskan perencanaan strategi bidang humas meliputi kegiatan:

1. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.
2. Melakukan identifikasi khalayak tertentu.
3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih dan memutuskan strategi yang akan digunakan (Nova 2011, 45).

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Teknik

Pengumpulan Data dengan cara Data Premier Wawancara dan Observasi dan dengan cara sekunder studi Pustaka dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (Miles and Michael 1992) yaitu melalui Reduksi Data, Penyajian Data dan kesimpulan verifikasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik pemeriksaan trigulasi sumber. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tugas dan Fungsi Humas PT Angkasa Pura 1

Menurut *key informan* 1, fungsi Humas di PT Angkasa Pura 1 merangkap dua *jobdesk* sekaligus yaitu yang pertama, melakukan pekerjaan sebagai humas seperti melakukan komunikasi/memberikan informasi kepada publik internal maupun eksternal. Kedua, menangani atau mengerjakan hal-hal yang berkaitan dengan aspek hukum. Misalnya, ketika ada permasalahan yang melanda bandara kelolaan AP 1, maka ini akan menjadi bagian dari *jobdesknya* untuk melihat dari sudut pandang hukumnya, atau dengan kata lain melakukan legal audit. Apakah ada yang melanggar aturan secara hukum atau tidak.

“...Humas disini punya dua jobdesk. Pertama, pekerjaan humas seperti yang kita tahu yaitu giving information kepada publik internal maupun eksternal. Kedua, kita menangani/mengerjakan hal-hal yang berkaitan dengan aspek hukum. Misalkan saja nih, AP 1 memutuskan ingin melakukan sesuatu atau punya program

yang dilakukan. Nah, disinilah kita bertugas untuk mengevaluasi program tersebut apakah ada yang melanggar aturan secara hukum atau tidak, apakah ada melanggar pasal-pasal yang telah di keluarkan oleh kementrian perhubungan udara...”

Informan ke 2 memberikan lebih detail mengenai tugas humas PT Angkasa Pura 1.

“...Tugas-tugas humas disini seperti memberikan informasi kepada publik internal maupun eksternal, memberikan informasi mengenai peraturan hak dan kewajiban pegawai, menerima dan menyelesaikan komplain masyarakat, menjadi penghubung antara pihak penyedia layanan bandara dengan publik, berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis untuk memelihara stabilitas program pelayanan yang maksimal dalam bandara, melakukan hubungan dengan institusi terkait seperti media massa, memonitor pendapat publik internal dan eksternal tentang kebijakan, Langkah langkah dan tindakan yang diambil pimpinan AP 1 untuk pengambilan keputusan, memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat dan media massa, mengkoordinir penyebaran informasi pelayanan bandara di dalam maupun luar lingkungan seperti website, spanduk, baliho, situs internet, Mengkoordinir pers

release, talk show di tv/radio..”

Informan 3 juga menambahkan kalau idealnya posisi humas PT Angkasa Pura 1 sebaiknya diisi oleh orang-orang berlatar ilmu humas seperti ilmu komunikasi, jurnalistik. Hal ini ditujukan agar dalam penguasaan masalah dilapangan dapat diselesaikan sebagaimana ilmu humas. Sebab menurut informan III, Angkasa Pura 1 merupakan organisasi yang kompleks, padat masalah termaksud kerap kali dijadikan objek pemberitaan bagi media mengenai pelayanan. Baginya, ini tentu ranah pekerjaan seorang humas sesungguhnya. Menurutnya, jikalau humas tersebut berasal dari disiplin ilmu lain seperti ilmu hukum misalkan, dia akan mengatasi segala sesuatu permasalahan dari sudut pandang hukum. Menurutnya tidak bisa. Sementara ilmu humas tidak seperti itu. Ilmu humas mencari inisiatif lain, pendekatan-pendekatan lain seperti ilmu negosiasi, pendekatan kemanusiaan, usaha-usaha proaktif lainnya yang tidak hanya mengutamakan tindakan-tindakan responsif/reaktif semata.

“...Bagi saya nih yan, posisi humas sebuah organisasi AP 1 itu sebaiknya diisi oleh orang-orang berlatar belakang pendidikan humas seperti komunikasi, jurnalistik. Bukan disiplin ilmu lain. Karena pengelolaan bandara itu sangat kompleks, padat masalah temaksud sering dijadikan makanan bagi media tuk objek pemberitaannya terkait pelayanannya. Coba bayangkan, jika dia seorang ilmu hukum. Pastinya dilapangan dia akan cenderung melihat dan

menyelesaikan permasalahan dari sudut pandang hukum. Jadi dia melihat dari sudut pandang hukum. Sementara disiplin ilmu humas kan tidak. Dia selalu punya inisiatif dan langkah-langkah pro-aktif nya dalam menyelesaikan permasalahan di lapangan tersebut seperti ilmu negosiasi, pendekatan-pendekatan kemanusiaan, langkah-langkah pro-aktif lainnya. Intinya, jika sebuah bandara sedang menghadapi suara-suara publik, dalam hal ini humas harus dikedepankan bukan hukum”

Dari hasil wawancara, key informan I mengatakan bahwa humas PT Angkasa Pura 1 memiliki dua jobdesk sekaligus. Pertama, melakukan pekerjaan sebagaimana Humas yakni giving information kepada publik internal maupun eksternal. Kedua, melakukan atau mengerjakan hal-hal yang berhubungan dengan aspek Hukum, terhadap setiap keputusan/langkah yang lakukan. Informan ke 2 menambahkan tugas-tugas humas secara detail sebagai berikut:

1. Memberikan informasi mengenai peraturan-peraturan hak dan kewajiban setiap pegawai yang berada di kantor pusat PT Angkasa Pura 1.
2. Memonitor pendapat publik internal dan eksternal tentang kebijakan, langkah-langkah dan tindakan yang diambil pimpinan PT Angkasa Pura 1 untuk pengambilan keputusan.
3. Memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat dan media massa.
4. Menjadi penghubung antara bandara dengan publik (internal, eksternal).
5. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis untuk memelihara stabilitas program pelayanan jasa di bandara.
6. Melakukan hubungan dengan institusi terkait seperti media massa, dan lain-lain.
7. Menerima dan menyelesaikan komplain masyarakat.
8. Memberikan saran kepada kepala bagian unit-unit yang berhubungan dengan divisi humas maupun tidak yang dilihat dari sudut pandang kajian humas maupun hukum nya. Sebab humas pirngadi memiliki dua jobdesk sekaligus dalam pekerjaanya. Yaitu menangani hal-hal yang berkaitan dengan lingkup kerja humas dan juga menangani hal-hal yang berkaitan dengan lingkup hukum.
9. Melakukan monitoring pemberitaan (melalui klipng) dan kemudian didistribusikan ke semua manajemen untuk dibahas dan dianalisis.
10. Mengkoordinir penyebaran informasi pelayanan jasa di dalam maupun luar lingkungan bandara seperti website, spanduk, baliho, situs internet).
11. Mengkordinir pers release, talk show di tv/radio.

Informan 3 juga menambahkan

bahwa posisi seorang humas harus berlatar ilmu humas seperti ilmu komunikasi, jurnalistik. Sebab ia akan dapat menyelesaikan permasalahan dilapangan sebagaimana ilmu humas. Menurutnya, PT Angkasa Pura 1 adalah organisasi yang kompleks, penuh masalah, termaksud kerap dijadikan objek pemberitaan mediamengenai pelayanannya. Baginya jika ilmu lain seperti ilmu hukum, ia kerap akan melihat dan menyelesaikan permasalahan dilapangan berdasarkan sudut pandang hukum. Baginya, dalam menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan suara publik, humas harus di kedepankan, bukan hukum. Kalau ilmu humas ia akan mencari inisiatif dan pendekatan-pendekatan proaktif tanpa mengedepankan tindakan-tindakan reaktif semata.

Pemahaman dan Sikap Humas PT Angkasa Pura 1 Persero Mengenai Isu

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan penelitian mengenai sikap dan pemahaman terhadap isu, diperoleh gambaran sebagai berikut: Menurut key informan I, Isu itu merupakan sesuatu informasi yang belum tentu benar, dan terkadang melanggar hukum karena tidak berdasarkan fakta yang ada. Walaupun ada fakta tetapi tidak ada konfirmasi. Kuncinya adalah konfirmasi. Selama ada konfirmasi maka respon pun ada. Berikut pernyataannya:

“Sebenarnya gini, isu itu kan hal yang belum tentu benar maupun salah. Isu bermain di ranah publik. Kalau orang bilang itu rumor, gossip, dan masih banyak istilah-istilah lainnya. Jadi kita tidak pernah memaknai isu.

Sebab isu itu terkadang melanggar hukum dan fakta. Walaupun ada fakta, namun tidak ada konfirmasi. Jadi kuncinya adalah konfirmasi. Selama tidak ada konfirmasi atau pemberitahuan, maka kita tidak pernah mengakui keberadaannya. Dan juga kita tidak akan pernah merespon akan isu tersebut sebab tidak ada konfirmasi ke kita. Tapi kalau ada, kita akan berikan respon dan tindakan terhadap isu tersebut. Kalau berbicara sikap, aktif pasti. Contohnya kalau ada surat keluhan pelanggan, surat pembaca yang ada di media. hari itu keluar, hari itu juga kita kordinasikan ke atasan, hari itu langsung kita balas kemedi terkait. Walaupun juga gak ke atasan langsung, pokoknya juga ke unit terkait. Hari itu kita dapat berita, hari itu juga kita kirim. Kalau jawabannya keluar dari unit terkait, hari itu kita juga balik ke media. Jadi kan semua itu intinya konfirmasi kan. Begitu”

Pernyataan diatas tersebut, dipertegas lagi oleh informan ke II dengan memberikan gambaran/ccontoh konkrit yang telah dilakukan bagaimana sebuah konfirmasi itu penting untuk memberikan respon/ Tindakan:

” Jadi gini, kita kan disini punya seperti kotak saran/pendapat, sms center, surat elektronik/email yang mana semua itu ditujukan untuk memberikan saran bagi bandara ke arah perbaikan yang

lebih baik lagi. misalnya dari segi pelayanan. Masyarakat yang merasa tidak mendapatkan pelayanan yang baik dari segi fasilitas bandara yang tidak memadai, mereka bisa mengirim/membuat surat masukan ke kotak saran. Inilah yang penting buat kita. Sebab ada konfirmasi /pemberitahuan dari masyarakat dalam bentuk surat masukan di kotak saran yang kemudian selanjutnya kita akan ambil, lihat serta analisis beserta pihak manajemen mengenai keluhan masyarakat tersebut. Jadi begini, isu itu kan bisa diangkat media. baik itu positif maupun negatif. Jadi kembali lagi yang saya katakan tadi yaitu konfirmasi. Jika pers ingin memberitakan tentang isu tertentu, maka mereka harus konfirmasi terlebih dahulu pada kita. Buktinya ada kok media yang kita gugat karena informasi yang diberitakan tidak benar dan berimbang. Karena itu tadi, yaitu mereka tidak ada konfirmasi terlebih dahulu. Jadi memang pada dasarnya, wartawan sudah tau porsi kerjanya yaitu harus mengkonfirmasi. Sesuai dengan undang-undang pers yakni berimbang dan konfirmasi. Jadi bagi kita, jika isu tersebut sudah masuk ke media maka kita sebut berita”

Dari hasil wawancara, key informan I menyatakan bahwa isu adalah sesuatu informasi/rumor yang bermain diranah publik yang terkadang melanggar

hukum dan fakta. Sikap humas terhadap isu adalah aktif. Tetapi dengan catatan harus ada konfirmasi. Demikian ditambahkan informan ke II bahwa Humas akan mengakui serta merespon keberadaan isu tersebut apabila telah ada konfirmasi. Sepanjang tidak ada konfirmasi, itu tidak akan pernah dianggap dan direspon oleh Humas Angkasa Pura 1. Key Informan I juga menegaskan bahwa Humas menyampaikan informasi yang sebenarnya tanpa ditambahkan atau dikurangi. Isu yang sudah di *blowup* media akan menjadi berita bagi humas PT Angkasa Pura 1.

Strategi Humas

Issue identification (Identifikasi Isu)

Menurut key informan I, ditahap ini kegiatan yang dilakukan adalah Humas mengumpulkan semua pemberitaan yang terkait dengan dugaan belum ramahnya fasilitas di bandara Yogyakarta baik media cetak seperti koran maupun elektronik seperti online. Humas melakukan Kliping terhadap pemberitaan tersebut yang kemudian dikirim ke manajemen untuk dibahas/analisis. Humas menahan dulu tanggapannya pada pers/wartawan dan mengatakan akan mengklarifikasi soal ini usai hasil analisis di manajemen. Hal ini dilakukan agar nantinya Humas PT Angkasa Pura 1 dapat menyampaikan informasi/pernyataan sesuai dengan kebenaran.

“...Tindakan humas kita pasti ngumpulin semua berita-berita yang terkait dengan pemberitaan tersebut. Baik di media cetak seperti Koran maupun online elektronik. Tapi kita tidak langsung ke pers untuk mengklarifikasi. Kita akan diem

dulu dan kita akan bilang ke pers kalau permasalahan ini masih dalam pengkajian di manajemen untuk dilihat apakah ada yang salah, apakah sudah sesuai dengan standard bandara di Indonesia. Sehingga outputnya seperti apa, inilah yang menjadi pegangan informasi saya dalam mengklarifikasikannya ke pers tersebut. Jadi intinya kita tidak langsung mengklarifikasi pada pers pasca pemberitaan. Kita diem dulu sebentar. Sembari menunggu hasil analisisnya...”

Lebih lanjutnya key informan I menambahkan setelah di kaji manajemen /internal dan outputnya ada, maka inilah yang menjadi alat informasi bagi seorang humas ke pers/media untuk mengklarifikasi mengenai apa yang sebenarnya terjadi. Outputnya itu seperti apakah dalam proses penanganan masalah fasilitas difabel sesuai prosedur atau tidak. Jadi selama pihak AP 1 menunggu proses pengkajian di internal, media banyak yang memberitakan pertanyaan. Namun pihak Humas PT Angkasa Pura 1 tidak langsung menjawab. Humas akan menahan dulu dan menjanjikan kepada pers bahwa hal ini akan diklarifikasi usai dikaji di internal/manajemen mengenai apa yang sebenarnya terjadi.

“...Jadi proses pengkajian diselesaikan dulu sampai benar-benar tahu hasilnya bagaimana. Jadi inilah yang menjadi output bagi saya untuk menyampaikannya kepada publik termaksud pers mengenai kebenarannya. Jadi memang semua media yang selama kita

menunggu proses pengkajian itu, pasti kan ngepush nih, itu kita tahan, kita keep, kita pasti bakal klarifikasi yang sebenarnya ke pers/media usai di kaji terlebih dahulu...”

Menurut Informan ke II, aktivitas Humas dalam menyampaikan isu/permasalahan ke manajemen/internal untuk di analisis dilakukan secara situasional. Artinya ketika misalkan PT Angkasa Pura 1 dilanda isu pemberitaan oleh pers, pihak pers bisa secara langsung mengkonfirmasi isu tersebut kepada internal. Atau juga bisa melalui humas nya yang akan mengkonfirmasi isu tersebut.

“...Kami biasanya bekerja secara situasional dalam menyampaikan isu/permasalahan ke saya sebagai senior manager yang akan menyampaikan isu/permasalahan tersebut kepada direktur nya untuk kemudian di kaji di internal. Tapi memang sebagian besar melalui saya. gitu...”

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada key informan I menyatakan bahwa kegiatan identifikasi dilakukan dengan Humas mengumpulkan semua pemberitaan/kliping terkait dengan pemberitaan tentang dugaan belum layak nya fasilitas difabel bandara Yogyakarta. Namun, humas tidak langsung memberikan jawaban. Humas menahan dulu jawaban yang akan mereka beritahukan setelah proses pengkajian di level manajemen/internal dan mengatakan kepada pers akan mengklarifikasi informasi yang sebenarnya setelah output

nya sudah didapat dari hasil pengkajian tersebut. Informan ke II menambahkan bahwa mekanisme humas dalam mengkonfirmasi isu/permasalahan ke manajemen seperti direktur dapat dilakukan secara situasional.

Penanganan Isu

Dari hasil wawancara kepada para informan penelitian mengenai langkah/program yang dilakukan untuk menangani isu pemberitaan masih kurangnya fasilitas difabel di bandara Yogyakarta sebagai berikut:

Menurut *key* informan I, Humas menyatakan bahwa PT Angkasa Pura 1 melakukan kerjasama/koordinasi dengan kementerian perhubungan udara melalui kepala pusat komunikasi publik untuk melakukan penilaian/evaluasi terhadap pembangunan *standard* bandara di Indonesia. Apakah sudah sesuai dengan SOP atau tidak. Hasilnya akan digunakan oleh PT Angkasa Pura 1 sebagai bukti untuk menjadi alat humas dalam mengklarifikasikannya ke publik dalam bentuk press release yang berisi pernyataan langsung dari kementerian tersebut dan pihak Angkasa Pura 1 sendiri.

“...Pemberitaan tentang dugaan kurang ramahnya fasilitas difabel di bandara Yogyakarta kala itu sudah saya tahu sebab wartawan datang untuk mengkonfirmasikannya mengenai hal ini pada kami. Lalu saya keep dan saya bilang pada pers agar tunggu sebentar untuk dibahas dulu ini di majemen/internal agar diaudit. Setelah itu baru saya konfirmasi. Dalam proses rapat/pengkajian tersebut hasilnya memang kami

sudah melaksanakannya sesuai dengan SOP. Jadi tidak ada yang salah. Namun tidak berhenti pada situ saja, manajemen pun berinisiatif untuk bekerjasama/koordinasi dengan kementerian perhubungan udara untuk melakukan evaluasi/penilaian terhadap setiap pembangunan bandara di Indonesia. Dan memang hasilnya sama seperti yang kami analisa di rapat manajemen kami. Jadi ini sebagai bukti kuat tambahan bagi humas untuk menjelaskan kepada publik dalam bentuk press release yang berisi pernyataan langsung dari PT Angkasa Pura 1...”

Informan ke II menambahkan bahwa apa yang telah dilakukan humas yakni melakukan klarifikasi hasil pengkajian kepada pers/wartawan serta press release yang sudah dibuat, tampak tidak membuahkan hasil. Hal itu dilihat dari masih adanya pemberitaan-pemberitaan yang masih beredar di media.

“...Kala itu apa yang kita lakukan yaitu melakukan klarifikasi kepada pers/wartawan dari hasil rapat manajemen mengenai penanganan di bandara serta press release yang sudah dibuat kalau semuanya sudah sesuai dengan SOP tampaknya belum membuahkan hasil. Namun begitu kala itu masih belum membuahkan hasil. Sebab masih banyak media yang memberitakan tentang hal ini. Begitu kira-kira mas”

Menurut informan III, ketika PT Angkasa Pura 1 diterpa pemberitaan negatif, maka yang pertama adalah jangan panik. Bersikap dan berfikir tenang dulu. Jaga emosi dan jangan terburu-buru dalam mengambil keputusan. Semua harus sistematis. Jika permasalahan itu menyangkut opini, pendekatan humas harus paling berperan. Humas PT Angkasa Pura 1 juga harus proaktif. Harus punya inisiatif-inisiatif berbasis humanis. Seperti ilmu negosiasi, pendekatan kekeluargaan dan lain-lain.

“...Ketika PT Angkasa Pura 1 diterpa pemberitaan miring, yang pertama jangan panik dulu, bersikap dan berfikir dengan tenang dulu. jangan terburu-buru dalam mengambil keputusan. Sebab ini akan berbahaya. Semua harus sistematis dan juga harus punya inisiatif-inisiatif berbasis humanis. seperti pentingnya melakukan negosiasi, melakukan pendekatan kekeluargaan dan lain-lain...”

Menurut hasil wawancara key informan I dan II menyatakan tindakan yang diambil adalah melakukan audit yang mana hasilnya akan dijadikan bukti klarifikasi. Kedua, melakukan kerjasama/koordinasi dengan kementerian perhubungan udara untuk melakukan evaluasi terhadap standard pembangunan bandara di Indonesia yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura 1 yang mana hasilnya juga akan dijadikan bukti tambahan yang kuat dalam melakukan klarifikasi. Ketiga, melakukan klarifikasi ke pers mengenai hasil dan bukti-bukti kuat lainnya. Sedangkan menurut informan ke III menyatakan ketika PT Angkasa Pura 1

dilanda isu pemberitaan miring, pertama janganlah panik, bersikap dan berfikir dengan tenang. Dalam menghadapi permasalahan yang bersifat opini, pendekatan humas PT Angkasa Pura 1 harus dikedepankan. Humas juga harus pro aktif. Harus memiliki inisiatif-inisiatif berbasis humanis. Seperti pentingnya melakukan negosiasi, pendekatan kekeluargaan dan lain-lain.

Cara cepat yang dilakukan dalam Manajemen Isu

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada para informan penelitian, mengenai tentang cara cepat yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura 1 untuk menanggapi isu pemberitaan negatif adalah sebagai berikut:

Menurut key informan 1, cara yang digunakan oleh PT Angkasa Pura 1 adalah dengan press release. Press release merupakan tahap awal sebelum membuat keputusan lebih lanjut lagi. Press release yang dikeluarkan berisi tentang statement-statement dari direksi PT Angkasa Pura 1, namun isi dari pres release tersebut tetap sesuai dengan kenyataan yang terjadi.

“Isu Pemberitaan. Pres release. Terutama kita pres release dulu, itu kayak tahapan pertamanya lah ya sebelum kita membuat keputusan lebih lanjut lagi. itu biarpun kita kirim selebar pernyataan direksi tapi terbukti ampuh seenggaknya. Istilahnya pertolongan pertama nya lah..”

Lebih lanjutnya informan II, menambahkan bahwa melalui press release dengan atas nama perusahaan dan statement direktur umum, otomatis media tidak akan mengutak-atik statement

perusahaan. Tetapi press release tersebut harus sesuai dengan kebenaran.

“...Kita jadi kalau sampai release sudah keluar dari atas nama perusahaan, Otomatis media juga berani otak atik lagi statement-statement dari direksi perusahaan. Gitu, tapi tetap itu sesuai kebenaran”

Menurut Informan ke III, PT Angkasa Pura 1 harus cepat membuat statement apapun terkait dengan isu pemberitaan negatif tersebut. Hal ini dilakukan agar tidak muncul spekulasi-spekulasi dari publik.

“...Siapapun yang nanya harus seperti itu. PT Angkasa Pura 1 harus cepat-cepat buat statement apapun. Artinya dengan informasi yang ada ke media. sehingga informasi yang ada tidak liar. Tidak menimbulkan spekulasi-spekulasi gitu”

Menurut hasil wawancara yang dilakukan kepada key informan I dan II, cara cepat yang digunakan oleh PT Angkasa Pura 1 dalam strategi manajemen isu untuk menangani isu pemberitaan negatif ialah dengan membuat press release. Press release yang dibuat harus berdasarkan dengan fakta yang sebenarnya terjadi. Kemudian informan III menambahkan bahwa PT Angkasa Pura 1 harus cepat untuk membuat statement mengenai isu pemberitaan yang terjadi. Hal ini agar tidak menimbulkan spekulasi-spekulasi dari publik mengenai bandara.

Pembahasan

Bagian humas PT Angkasa Pura 1 disebut sebagai divisi hukum&humas.

Divisi ini memiliki dua jobdesk sekaligus yakni melakukan pekerjaan sebagaimana humas yaitu memberikan informasi pada publik internal maupun eksternal. Kedua, yaitu mengerjakan/menangani hal-hal yang berkaitan dengan hukum. Atau juga Ketika PT Angkasa Pura 1 diterpa masalah yang membutuhkan kontribusi dari sudut pandang hukum maupun penanganan hukumnya. Isu yang berkembang di masyarakat tentunya bisa dikendalikan oleh organisasi tersebut. Hal itu tergantung bagaimana humas dapat memonitor lingkungannya secara aktif. Humas Pirngadi menilai isu sebagai rumor yang terkadang melanggar hukum dan fakta. Ia akan merespon dan mengakui keberadaan isu tersebut apabila telah ada “konfirmasi”. Sepanjang tidak ada konfirmasi maka humasnya tidak akan merespon dan mengakui keberadaan isu tersebut.

Manajemen isu ialah alat yang dapat digunakan oleh suatu organisasi untuk mengidentifikasi, menganalisa dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan (dalam suatu masyarakat populis yang mengalami perubahan tanpa henti) serta bereaksi terhadap berbagai isu tersebut sebelum isu-isu tersebut diketahui oleh masyarakat luas (Chase 1967).

Public Relations merupakan fungsi manajemen. Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. Humas juga secara rutin memberikan saran kepada manajemen. Artinya, humas dilibatkan dilini manajemen dalam merancang program yang bersifat publik (Morissan 2010, 9)

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Humas PT Angkasa Pura 1 memaknai isu sebagai rumor/sesuatu yang terkadang melanggar hukum dan fakta. Sekalipun ada fakta namun tidak konfirmasi. Dengan kata lain, Humas PT Angkasa Pura 1 hanya mau mengakui keberadaan dan merespon sebuah isu apabila telah ada konfirmasi. Jadi kuncinya adalah konfirmasi. Manajemen isu yang dilakukan oleh Humas PT Angkasa Pura 1 dalam menangani isu pemberitaan negatif dugaan belum ramahnya fasilitas untuk difabel, secara garis besar telah melaksanakan konsep-konsep strategi humas dalam manajemen isu yaitu identifikasi isu, analisis isu, merumuskan program dan aksi serta evaluasi hasil. Identifikasi Isu, dengan cara merekam pemberitaan/kliping mengenai isu di media-media.
2. Strategi yang digunakan PT Angkasa Pura 1 untuk mengubah isu/merespon isu ialah reactive change strategy. Hal ini dilihat dari sikap PT Angkasa Pura 1 yang tetap meski kukuh menekankan apa yang dilakukan selama pembangunan bandara sudah memenuhi *standard* yang ditetapkan oleh kementerian perhubungan udara. Strategi ini mencerminkan sikap yang reaktif/responsif bukan

proaktif/preventif. Sementara humas dituntut memiliki sikap yang proaktif. Kaya akan pendekatan-pendekatan preventif. Keterampilan negosiasi atau pendekatan-pendekatan berbasis humanis seperti kekeluargaan dan lain-lain harus dimiliki oleh seorang humas.

Saran

Berikut ini peneliti mencoba mengemukakan beberapa saran yang semoga dapat menjadi masukan bagi pihak PT Angkasa Pura 1.

1. Humas PT Angkasa Pura 1 sebaiknya aktif dalam melakukan kegiatan *the environmental scanning system*. Hal ini dilakukan dengan cara menambah media yang dapat digunakan untuk melakukan itu seperti memiliki media sosial dan lain-lain untuk melihat alur opini publik terhadap organisasinya.
2. Humas PT Angkasa Pura 1 sebaiknya mengubah sikapnya terhadap bagaimana merespon sebuah isu. Artinya, Humas harus aktif dan tanggap dalam merespon sebuah isu, sekalipun tanpa “konfirmasi”. Sebab isu merupakan titik awal munculnya konflik/krisis jika tidak dicegah. Humas PT Angkasa Pura 1 harus mampu melihat isu-isu apa saja diluar yang dapat memengaruhi organisasi. Oleh karenanya, ia dapat mempersiapkan langkah-langkah proaktif untuk mencegah agar tidak

- membesar. Jadi harus mengedepankan sikap yang proaktif dan preventif, bukan sikap reaktif semata.
3. Dalam menghadapi permasalahan yang bersifat sosial, seperti isu pemberitaan, maupun isu-isu publik lainnya yang menyangkut opini, humas PT Angkasa Pura 1 sebaiknya mengedepankan sikap yang proaktif sebagaimana ilmu PR/Humas, bukan reaktif yang terkesan defend (bertahan) sebagaimana ilmu hukum dalam menyelesaikan sebuah permasalahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott M. & Allen H. Center. (2000). *Efective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.2 .
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relation & Crisis Manajemen Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Krisis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media GROUPEMorisan.
- (2010). *Priklanan "komunikasi pemasaran terpadu"*. Jakarta: kencana.
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Register Michael Judi Larkin. (2003). *Risk Issues and Crisis Management in Public Relations* New Delhi: Crest Publishing House
- Wongsonagoro Maria. (1995). *"Crisis Management & Issues Management The Basics of Public Relations"*. Jakarta: IPM Public Relations.