

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Dalam menjalankan sebuah organisasi, banyak faktor yang dibutuhkan agar organisasi berjalan dengan baik sesuai dengan harapan. Faktor-faktor tersebut dapat berupa top manajemen yang terdiri dari eksekutif-eksekutif dan juga karyawan. Selain itu, ada satu hal yang sangat penting dalam kelangsungan hidup sebuah perusahaan yakni masyarakat. Setiap bagian dalam organisasi memiliki tugas dan fungsi masing-masing, dan yang bertanggungjawab dalam menangani masyarakat adalah *Public Relations* (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas). Di sini praktisi *public relations* (PR) diharapkan bisa mewujudkan strategi-strategi mereka ke dalam bentuk aktivitas kehumasan yang terkait dengan upaya untuk dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat. Oleh karena itu peran humas dinilai penting bagi sebuah organisasi.

Pengertian humas itu sendiri adalah *the management of communication between an organization and its public*, dimana *public relations* sebagai kegiatan pengelolaan komunikasi berbagai publiknya Seperti yang diungkapkan oleh Grunig dan Hunt dalam Gusti(1999 : 2). Sama halnya dengan yang dikemukakan DR. Lex Harlow dalam Ruslan (2007 : 88) bahwa *PR activity is management of*

*communication between an organization and its public* (Aktivitas PR merupakan manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya).

Jadi humas adalah suatu lembaga atau perorangan yang bertugas melakukan hubungan baik ke dalam dan ke luar perusahaan untuk memperoleh pengertian, kepercayaan, dan *goodwill* dari masyarakat dengan menggunakan strategi yang dimiliki. Humas berfungsi menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga/organisasi dengan publiknya baik intern maupun ekstern dalam pencapaian pengertian, menumbuhkan motivasi publiknya. Adapun humas secara mendasar menjadi tanggung jawab dari pimpinan puncak (*top management*) humas diharapkan bisa menjadi mata, telinga, dan tangan kanan pimpinan puncak perusahaan.

Fungsi humas sebagai jembatan antara perusahaan dengan publiknya menunjukkan bahwa sebuah organisasi tidak akan mampu berdiri sendiri tanpa dukungan publik. Dukungan dari publik sangat penting karena akan mempengaruhi kesuksesan sebuah organisasi. Dukungan tersebut berupa kepercayaan terhadap kredibilitas sebuah organisasi tersebut. Untuk mendapatkan kepercayaan tersebut, sebuah organisasi harus memiliki citra yang baik.

Humas tidak hanya dibutuhkan oleh organisasi yang berorientasi pada profit, pemerintah pun membutuhkan humas untuk menjadi jembatan penghubung antara pemerintah dengan masyarakat. Citra yang baik juga dibutuhkan oleh pemerintah agar mendapatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat karena pemerintah bekerja tanpa mencari keuntungan dan tujuan utamanya ialah kesejahteraan masyarakat.

Pengertian citra itu sendiri abstrak atau *intangibile*, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari penilaian, dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap perusahaan dilihat sebagai sebuah badan usaha atau personelnnya yang baik, dipercaya, profesional dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik. (Ruslan, 1994 : 66). Menurut Ruslan, citra merupakan tujuan pokok sebuah organisasi. Terciptanya suatu citra organisasi yang baik di mata khalayak atau publiknya akan banyak menguntungkan (Ruslan, 1994 : 66).

Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Kemenakertrans) merupakan salah satu kementerian yang dimiliki oleh pemerintah yang bertanggungjawab dalam program transmigrasi dan kesejahteraan pekerja Indonesia. Kemenakertrans, sebagai salah satu organisasi pemerintah juga membutuhkan citra yang baik agar masyarakat memberikan kepercayaan dan dukungan terhadap Kementerian agar tugas-tugas dapat berjalan dan mencapai tujuan. Namun sangat disayangkan, Kemenakertrans sedang dilanda banyak permasalahan seperti banyaknya pengangguran, aksi demo para buruh, program transmigrasi dan juga akibat pemberitaan yang buruk mengenai kekerasan yang dialami oleh TKI.

Pemberitaan tersebut hangat diperbincangkan di media cetak, online maupun elektronik. Seperti pada peringatan hari buruh tanggal 1 Mei 2012 yang lalu, demo buruh menjadi *headline* di berbagai media online seperti “HARI BURUH: Roda Empat Dilarang Masuk Jalan Malioboro” dimuat di Harian Jogja tanggal 1 Mei 2012 oleh Akhirul Anwar. Pemberitaan serupa dimuat di detiknews oleh Rivki dengan

judul Demo Warnai Hari Buruh Sedunia, Lalin Jakarta Tetap Padat. Pemberitaan mengenai ketidakadilan yang dialami buruh kembali mencuat ketika hari buruh. Masalah perburuhan ini menjadi isu berkepanjangan bagi Kemenakertrans yang jika tidak ditangani dengan benar akan menyebabkan penurunan citra.

Permasalahan ketenagakerjaan seperti permasalahan buruh, tetapi juga permasalahan transmigrasi yang juga ditangani oleh Kemenakertrans. Tercatat 71 kasus lahan transmigrasi belum tuntas seperti yang diberitakan di tempo.com yang menunjukkan bahwa banyak permasalahan yang berkepanjangan yang akhirnya menjadi isu sensitif terkait organisasi. Isu-isu harus segera ditangani dengan baik agar tidak berkembang yang dapat berujung dengan menurunnya citra organisasi.

Dari berbagai isu yang melanda Kemenakertrans, isu yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah isu mengenai permasalahan TKI. Permasalahan TKI ini yang paling banyak mendapat perhatian dan reaksi keras dari masyarakat karena sampai saat ini belum ditemukan solusi untuk mengatasi masalah ini. Permasalahan ini semakin diperburuk dengan adanya berita TKI yang dihukum pancung di negeri Arab Saudi. Berita mengenai hukuman pancung tersebut menuai banyak protes di masyarakat. Masyarakat menganggap pemerintah tidak membela rakyat dan membiarkannya begitu saja, tidak mempedulikan nasib para TKI yang bekerja di luar negeri. Hal ini menculkan pendapat-pendapat dari masyarakat yang membuat citra Kemenakertrans menurun, seperti yang dikutip dari Tribunnews.com berikut ini,

*“Copot saja Menakertrans, ngurus saudara2 kita yg jadi TKI aja gak becus,, menakertrans kurang kreatif, kerjanya senyam-senyum aja”*

Selain komentar di atas, berikut adalah komentar masyarakat yang setuju dengan berita mengenai penggantian Menakertrans,

*” saya setuju sekali bila Presiden SBY mau mengganti Menakertrans (Muhaimin Iskandar dr suku Madura) n Menlu (Marty Natalegawa dr suku Sunda). Mereka sebaiknya diganti oleh Surya Paloh sebagai Menakertrans (suku Aceh) n Michael Tene (suku Tionghoa) sebagai Menteri Luar Negeri RI berikutnya.”*

Tribunnews.com memberitakan bahwa pemerintah dianggap lalai dan lamban dalam memberikan perlindungan terhadap Ruyati sehingga menyebabkan terjadinya hukuman pancung. Tribunnews.com juga memberitakan bahwa politisi dari PKS mengusulkan penggantian Menteri Luar Negeri dan Menteri Kemenakertrans, seperti yang diberitakan di Tribunnews.com salah satu media online dengan headline “PKS : Copot Menlu dan Menakertrans” yang memberitakan bahwa Kemenakertrans mendapat kecaman dari Anggota Komisi IX DPR RI, Arif Minardi di DPR pada tanggal 20 Juni 2011 yang lalu.

Berita serupa juga dimuat di liputan6.com dengan headline “Presiden Diminta Mengganti Menakertrans” (liputan6.com, ADM/ULV, akses 2 Juli 2011) yang menuai opini negatif dari masyarakat seperti kutipan berikut :

*“Menakertrans.....apa yg dikerjakan seorang menteri tenaga kerja dan transmigrasi ?????  
Ngurusin tenaga kerja. kaga, ngurusin transmigrasi....ora !!!!  
Busyeeeeeeeetttt,... enak enak nongkrong pake mobil dinas mewah,rume mewah,gaji gede.  
Setelah ade yg dipancang, baru mo bikin MOU dgn negara Arab,.....nah lo, ngapain aza selama ini ..ciiiingggg ????? Barangkali masih banyak jg menteri menteri / pejabat negare yg kerjanya kaya Muhaimin enih.....Bangkrut dah negara, kalo pemimpinnye model gini.....”*

Isu-isu seperti yang telah dipaparkan di atas, jika dibiarkan terus menerus dapat menjadi krisis bagi Kemenakertrans yang dapat berakibat pada menurunnya citra Kemenakertrans. Dalam hal inilah, humas Kemenakertrans berperan. Humas kemenakertrans harus dapat mengatasi isu yang sedang berkembang ini sebelum akhirnya meluas dan berdampak pada citra Kemenakertrans.

Dalam “Crisis Public Relations” dalam Nova (2011: 239) dikatakan bahwa isu adalah peristiwa yang terjadi di luar kendali perusahaan, yang berdampak pada tujuan strategis perusahaan, *core business*-nya dan keberadaan perusahaan yang mungkin memerlukan respons tertentu dari perusahaan. Merupakan tanggung jawab humas untuk melakukan langkah-langkah untuk meneliti mengenai isu-isu terkait dengan organisasi.

Dalam menangani isu diperlukan manajemen isu agar isu yang dihadapi dapat diatasi dengan benar. Dalam buku “Crisis Public Relations” (Nova, 2011: 241-242) Tujuan manajemen isu adalah untuk mengelola isu yang beredar di publik. Barry Jone dan W. Howard Chase mendefinisikan manajemen isu sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola

berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu tersebut sebelum isu-isu tersebut diketahui oleh masyarakat luas.

Berawal dari permasalahan tersebut peneliti ingin mengetahui humas Kemenakertrans dapat mengelola isu-isu yang melanda organisasi. Untuk itu peneliti mengambil topik *Langkah-Langkah Humas Kemenakertrans Dalam Manajemen Isu*.

## B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

“Bagaimana langkah-langkah humas Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi dalam manajemen Isu?”

## C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui langkah-langkah humas Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Dalam Manajemen Isu

## D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah :

### 1.1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya langkah-langkah humas pemerintah dalam melakukan manajemen isu.

### 1.2. Manfaat praktis

Bagi Kemenakertrans, hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk evaluasi terhadap langkah-langkah yang telah diambil dalam manajemen isu

## E. KERANGKA TEORI

### 1.1. Humas

Menurut Cutlip, dkk (2006:1) *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik, bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalannya.

Sedangkan definisi menurut Grunig, *Public Relations as the management of communication between an organizations and its publics.* Menurut *The British Institute of Public Relations* (dalam Ruslan 2007 : 16) melihat bahwa *praktik Public Relations adalah memikirkan, merencanakan*



*dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya.*

Frank Jefkins mendefinisikan *public relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. (Jefkins, 2002:9).

Baskin, Otis et al (2004:5) mendefinisikan :

*Public relations is a management function that helps achieve organizational objectives, define philosophy, and facilitate organizational change. Public Relations practitioners communicate with all relevant internal and external public to develop positive relationship and to create consistency between organizational goals and societal expectation. (PR adalah sebuah fungsi manajemen yang bertanggung jawab untuk mencapai tujuan organisasi dan berkomunikasi dengan publik internal dan eksternal untuk mengembangkan sebuah hubungan yang positif).*

Definisi-definisi di atas tersebut memiliki unsur yang sama yaitu usaha dalam menjalin hubungan dengan publik. Jadi, *Public Relations* dapat diartikan tidak hanya sebagai fungsi manajemen yang melekat pada organisasi tetapi juga sebagai fungsi komunikasi yang bertugas membangun dan mempertahankan hubungan serta pemahaman yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya.

Untuk memperjelas apa yang menjadikan PR penting di dalam suatu organisasi dapat dilihat seperti yang dijelaskan oleh Fraser P. Seitel (1995:8) bahwa PR pada intinya memiliki dua tujuan yaitu untuk :

1. Menginterpretasikan perusahaan kepada publik

Bagaimana upaya PR secara aktif untuk mendeskripsikan manajemen (perusahaan) kepada publiknya secara nyata-nyata agar mengetahui dan mengerti bahwa perusahaan memiliki kegunaan dan tanggung jawab sosial yang ditujukan untuk mencapai keuntungan bersama antara perusahaan dan publiknya tanpa menutup-nutupi dari kebenaran yang ada.

2. Menginterpretasikan publik kepada perusahaan

Disini PR berfungsi sebagai jembatan komunikasi agar perusahaan dapat mengetahui respon yang ada dari publik, proses-proses yang ada dan pasca layanan perusahaan terhadap publik. Apakah publik benar-benar sudah mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain perusahaan bersedia menerima masukan dari publiknya.

## 1.2. Humas Pemerintah

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Hubungan Masyarakat (Humas) yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) yaitu tidak ada satu pun yang diperjualbelikan (aspek komersial), walaupun Humas Pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Tetapi lebih meningkatkan pelayanan umumnya.

Melalui unit atau program kerja humas tersebut, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya. Menurut John D. Millett dalam bukunya, *Management in Public Service the Quest for Effective Performance*, yang artinya humas/PR dalam dinas instansi/lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya, yaitu :

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*)
2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi/lembaga

pemerintah seperti dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is sould desire*)

3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*)

4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*)

Menurut Dimock dan Koenig, pada umumnya tugas-tugas dari pihak humas instansi atau lembaga pemerintahan, yaitu antara lain :

1. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan 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 pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.

3. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan

dalam melaksanakan masing-masing tugas serta kewajibannya masing-masing.

Keberadaan unit kehumasan (hubungan masyarakat) di sebuah lembaga atau instansi milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditujukan baik untuk hubungan masyarakat ke dalam, maupun kepada masyarakat luar pada umumnya. Humas dapat merupakan suatu alat atau saluran (*The PR as tools or channels of government publication*) untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerja sama dengan pihak pers, media cetak atau elektronik dan hingga menggunakan media tradisional lainnya (wayang kulit atau wayang golek dan lain sebagainya).

Bahwa humas yang tugas pokoknya adalah bertindak sebagai komunikator, untuk membantu (*back up*) mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi/lembaga pemerintahan bersangkutan dan hingga menciptakan citra serta opini masyarakat yang menguntungkan. Secara garis besarnya humas mempunyai peran ganda : yaitu fungsi keluar berupaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi/lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan ke dalam wajib

menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.

Fungsi pokok Humas Pemerintah Indonesia pada dasarnya antara lain :

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah
2. Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator dan 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

Jadi peran taktis dan strategi kehumasan pemerintah/BUMN tersebut, menyangkut beberapa hal :

1. Tugas secara taktis dalam jangka pendek, humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi, atau

mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha untuk “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran instansi/lembaga yang diwakilkannya.

2. Tugas strategis (jangka panjang) humas, yakni berperan serta secara aktif dalam proses pengambilan keputusan (decision making process). Memberikan sumbang saran, gagasan, dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja lembaga instansi yang bersangkutan dan hingga pelaksanaan pembangunan nasional. Terakhir bagaimana upaya menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

Jadi pengertian peran ganda humas instansi pemerintah dan lembaga BUMN (Badan Usaha Milik Negara) tersebut di atas dalam upaya menunjang (*Supporting of PR Government activities*) pelaksanaan tugas dan fungsi aparat kehumasan lembaga bersangkutan, maka pejabat humas tersebut harus memiliki kemampuan untuk menguasai permasalahan yang dihadapi oleh instansinya sebagai berikut :

1. Kemampuan untuk mengamati dan menganalisis persoalan yang menyangkut kepentingan instansinya atau khalayak yang menjadi target sarannya

2. Kemampuan melakukan hubungan komunikasi timbal balik yang kreatif, dinamis, efektif, saling mendukung bagi kedua belah pihak dan menarik perhatian terhadap audiensinya
3. Kemampuan untuk mempengaruhi dan menciptakan pendapat umum (opini publik) yang menguntungkan instansi/lembaganya
4. Kemampuan untuk menjalin hubungan baik atau kerja sama dan saling mempercayai dengan berbagai pihak yang terkait

Dalam rangka untuk menunjang pelaksanaan dari tugas dan fungsi kehumasantersebut, ada beberapa kegiatan yang dihadapinya secara rutin, yaitu antara lain :

1. Kemampuan membangun dan membina saling pengertian antara kebijaksanaan pimpinan lembaga/instansi dengan khalayak eksternal dan internal
2. Sebagai pusat pelayanan dan pemberian informasi, baik bersumber dari instansi/lembaga maupun berasal dari pihak publiknya
3. Menyelenggarakan pendokumentasian setiap ada publikasi dan peristiwa dari suatu kegiatan atau acara penting di lingkungan instansi/lembaga
4. Mengumpulkan berbagai data dan informasi yang berasal dari berbagai sumber, khususnya yang berkaitan dengan kepentingan lembaga/instansi atau mengenai pembentukan opini publiknya



5. Kemampuan membuat produk publikasi humas, misalnya kliping, press release, news letter, majalah PR internal, buletin, brosur, poster, dan lain sebagainya

### 1.3. Manajemen Isu

#### a. Definisi

Isu adalah peristiwa yang terjadi di luar kendali perusahaan, yang berdampak pada tujuan strategis perusahaan, core business-nya dan keberadaan perusahaan yang mungkin memerlukan respons tertentu dari perusahaan. (Nova, 2011: 239) Dikatakan pula dalam Nova (2011: 239) definisi lainnya menurut Regerter dan Larkin, isu adalah “a gap between corporate practice and stakeholder expectations”, sedangkan Chase & Jones menggambarkan isu sebagai “an unsettled matter which is ready for decision”.

Isu bisa meliputi masalah, perubahan, peristiwa, situasi, kebijakan, atau nilai yang tengah berlangsung dalam kehidupan masyarakat. Upaya mengelola isu dilakukan dengan cara memonitor, mengidentifikasi, menganalisis, membuat kebijakan strategik, mengantisipasi isu, dan mengevaluasi dampak kebijakan dalam rangka mendukung kontinuitas aktivitas perusahaan. Munculnya sebuah isu dapat disebabkan oleh : (Nova, 2011: 239-240)

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

Dalam buku “Crisis Public Relations” (Nova, 2011: 241-242) Tujuan manajemen isu adalah untuk mengelola isu yang beredar di publik. Barry Jone dan W. Howard Chase mendefinisikan manajemen isu sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu tersebut sebelum isu-isu tersebut diketahui oleh masyarakat luas.

Para pakar PR di Indonesia mengartikan manajemen isu sebagai fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap masyarakat, baik internal maupun eksternal, mengidentifikasi hal-hal atau masalah yang patut dikhawatirkan dan melakukan usaha-usaha ke arah perbaikan. Selain itu Wongsonagoro dalam Nova (2011: 248), mendefinisikan manajemen isu sebagai suatu usaha aktif untuk ikut serta memengaruhi dan membentuk persepsi, opini, dan sikap masyarakat yang mempunyai dampak terhadap perusahaan. Pendapat lain menjelaskan bahwa manajemen isu merupakan proses proaktif dalam mengelola isu-isu, tren, atau peristiwa potensial, eksternal dan internal, yang memiliki dampak baik negative maupun positif terhadap organisasi dan menjadikan isu sebagai peluang meningkatkan reputasi perusahaan.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen isu adalah suatu proses manajemen yang bertujuan untuk membantu :

1. Melestarikan pasar,
2. Mengurangi risiko,
3. Menciptakan peluang, dan
4. Mengelola citra sebagai aset organisasi/ perusahaan, baik untuk kepentingan organisasi itu sendiri maupun para stakeholder.

b. Proses Manajemen Isu

Dalam Nova (2011: 253) manajemen isu strategis adalah tanggung jawab seluruh organisasi. Tanggung jawab tersebut melintasi semua unit kerja. Kerangka kerja manajemen isu meliputi tiga fungsi, yaitu :

1. Pengumpulan/ pemantauan intelijen dan informasi;
2. Menganalisis informasi dan mengelompokkan masalah (issue classification); dan
3. Mengambil tindakan dan mengevaluasi hasil (taking action and evaluating the results).

Isu yang tidak dikelola dengan baik akan menyebabkan krisis dan krisis berpotensi mengancam reputasi perusahaan, Maka setiap perusahaan atau praktisi PR sudah seharusnya mampu mengendalikan dan mengelola isu (Nova, 2011: 254).

Proses manajemen isu adalah proses mengidentifikasi dan memecahkan masalah dalam suatu organisasi. Menggunakan proses manajemen isu, kita dapat mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah dengan cepat, sebelum isu memiliki dampak yang tidak diinginkan.

Proses manajemen isu ini akan membantu untuk :

1. Mengidentifikasi isu;
2. Menentukan dampak dari tiap isu;
3. Membuat prioritas dan melaporkan status perkembangan isu;
4. Meninjau semua masalah dan memutuskan suatu tindakan;
5. Mengambil langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dengan cepat.

Dalam manajemen isu, terdapat langkah-langkah yang harus dilaksanakan agar pelaksanaan manajemen tertata dan berjalan sesuai tujuan.

Langkah-langkah tersebut adalah (Nova, 2011: 256-260) :

1. Identifikasi Isu

Merupakan proses untuk membandingkan tren yang terjadi di dalam organisasi dengan kinerja perusahaan. Setiap gap yang bisa menimbulkan isu, harus didokumentasikan, dikategorisasi, dan dilaporkan.

2. Analisis Isu

Analisis isu adalah menentukan isu berdasarkan urgensinya dan dampaknya. Setelah isu yang muncul diidentifikasi dan diprioritaskan, tahap

kedua dimulai. Tujuannya adalah menentukan asal isu tersebut yang sering kali sulit karena biasanya isu tidak muncul hanya dari satu sumber saja.

3. Pilihan strategi perubahan isu

Merupakan tahap yang melibatkan pembuatan keputusan-keputusan dasar tentang respons organisasi. Terdapat tiga pilihan untuk menghadapi perubahan tersebut, yaitu :

a. Strategi perubahan reaktif

Dalam strategi perubahan reaktif, perusahaan hanya akan bereaksi jika muncul isu-isu yang memojokkan atau kurang menguntungkan bagi citra perusahaan. Artinya perusahaan tidak memiliki persiapan dan strategi jangka panjang dalam menghadapi isu.

b. Strategi perubahan adaptif

Strategi ini menyarankan pada keterbukaan perusahaan terhadap isu-isu yang berkembang. Hal ini memerlukan kesadaran perusahaan bahwa isu tidak bisa dihindari. Pendekatan ini berlandaskan pada perencanaan untuk mengantisipasi perubahan serta menawarkan dialog konstruktif untuk menemukan sebuah bentuk kompromi dalam menangani setiap isu yang beredar.

c. Strategi respons dinamis

Respons dinamis bertujuan untuk mengantisipasi dan membantu proses pengambilan keputusan agar sesuai dengan

kepentingan publik. Strategi ini memberikan arahan bagaimana berkampanye melawan isu. Pendekatan ini menjadikan organisasi sebagai pelopor pendukung perubahan.

4. Program penanganan isu

Pada fase ini organisasi harus memutuskan kebijakan yang mendukung perubahan yang diinginkan untuk membuat program penanganan isu. Tahap ini membutuhkan koordinasi sumber daya untuk menyediakan dukungan yang optimal agar tujuan dan target tercapai.

5. Evaluasi hasil

Setelah semua tahapan di atas, akhirnya dibutuhkan sebuah riset untuk mengevaluasi bagaimana implementasi program yang dilakukan.

## F. KERANGKA KONSEP

Manajemen isu sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi karena dalam menjalankan sebuah organisasi pasti akan terjadi hal yang tidak terduga, dan manajemen isu dibutuhkan agar isu yang menimpa organisasi tidak berkembang menjadi krisis yang dapat menjatuhkan organisasi. Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Kemenakertrans) sedang dilanda berbagai isu seperti kenaikan upah buruh, kesejahteraan buruh, permasalahan transmigrasi dan kekerasan yang dialami oleh TKI. Oleh karena itu, manajemen isu dibutuhkan untuk mengelola isu-isu tersebut agar tidak meluas dan berakibat buruk bagi Kemenakertrans.

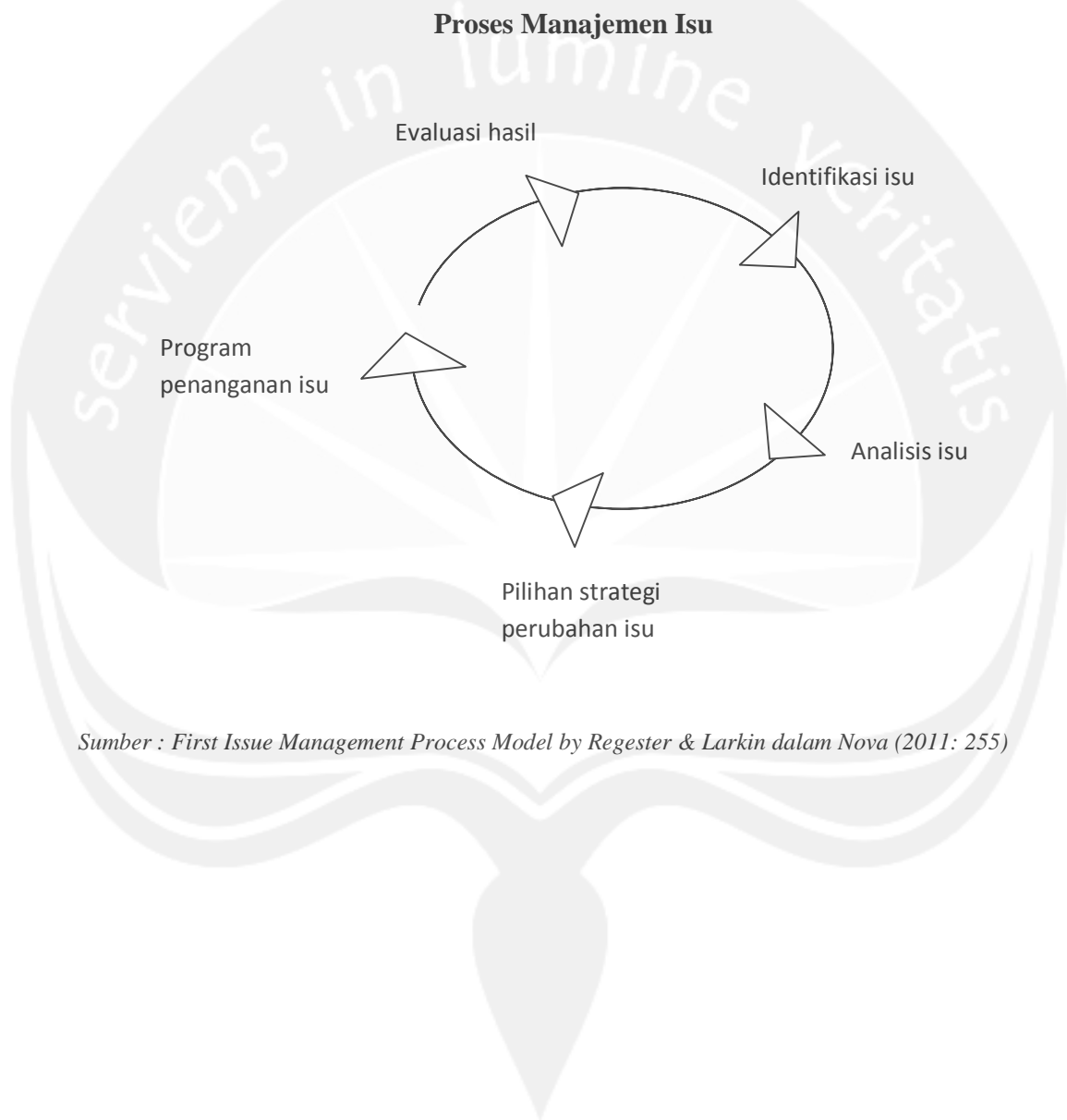
Humas berperan dalam melaksanakan manajemen isu. Bahkan manajemen isu merupakan keahlian seorang PR (Nova, 2011: 263). Tugas utama seorang PR adalah menjaga citra perusahaan di mata publik dengan menjalin hubungan dengan para stakeholder. Salah satu keahlian yang perlu dimiliki seorang PR adalah kemampuan menangani berbagai isu yang beredar sehingga isu tidak menjadi krisis. Karena pada dasarnya isu merupakan awal dari sebuah krisis (nova, 2011: 264).

Humas pemerintah pun harus memiliki keahlian dalam manajemen isu, terkait dengan banyaknya isu negatif terkait organisasi, humas pemerintah juga dapat melaksanakan proses manajemen isu. Humas pemerintah yang berorientasi kepada kesejahteraan masyarakat, harus mampu meredam isu agar tidak menjadi krisis bagi pemerintah.

Penelitian ini akan membahas mengenai humas Kemenakertrans sebagai humas pemerintah dalam mengelola isu yang melanda organisasi. Humas Kemenakertrans yang bekerja di bawah undang-undang, harus dapat menyelaraskan langkah-langkah yang diambil dalam mengelola isu dikaitkan dengan proses manajemen isu sesuai dengan teori. Penelitian ini akan membahas dengan lebih mendetail proses manajemen isu yang dilaksanakan oleh humas Kemenakertrans, dan membahas praktik humas Kemenakertrans apakah langkah-langkah yang diambil telah sesuai dengan teori yang ada.

Proses manajemen isu dapat digambarkan sebagai berikut :

**GAMBAR 1**



*Sumber : First Issue Management Process Model by Regester & Larkin dalam Nova (2011: 255)*



## G. METODOLOGI PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif karena berupaya untuk menggali peran humas Kemenakertrans, sejauh mana humas berperan untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat atas kasus kekerasan TKI sehingga masyarakat tetap mempercayai Kemenakertrans sebagai wakil masyarakat.

Bogdan dan Taylor (Lexy, 1998 : 3) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Secara umum, menurut Rachmat, riset yang menggunakan metodologi kualitatif mempunyai ciri-ciri :

- a. Insentif, partisipasi periset dalam waktu lama pada setting lapangan, periset adalah instrument pokok riset.
- b. Perekaman yang sangat hati-hati terhadap apa yang terjadi dengan catatan-catatan di lapangan dan tipe-tipe lain dari bukti-bukti documenter.
- c. Analisis data lapangan.
- d. Melaporkan hasil termasuk deskripsi details, quotes (kutipan-kutipan) dan komentar-komentar.
- e. Tidak ada realitas yang tunggal, setiap peneliti mengkreasi realitas sebagai bagian dari proses penelitiannya. Realitas dipandang sebagai dinamis dan produk konstruksi sosial.

- f. Subjektif dan berada hanya dalam referensi peneliti. Periset sebagai sarana penggalian interpretasi data.
- g. Realitas adalah holistic dan tidak dapat dipilah-pilah.
- h. Periset memproduksi penjelasan unik tentang situasi yang terjadi dan individu-individunya.
- i. Lebih pada kedalaman (depth) daripada keluasan (breadth).
- j. Prosedur riset : empiris-rasional dan tidak berstruktur.
- k. Hubungan antara teori, konsep dan data : data memunculkan atau membentuk teori baru.

## 2. Metode Penelitian

Dalam buku Metode Penelitian Kualitatif dikatakan bahwa (Bungin, 2011 : 19-20) Fenomena berasal dari kata Yunani phainomena (yang berakar kata phaino dan berarti ‘menampak’) sering digunakan untuk merujuk ke semua objek yang masih dianggap eksternal dan secara paradigmatic harus disebut objektif (dalam arti ‘belum menjadi bagian dari subjektivitas konseptual manusia’). Fenomena adalah gejala dalam situasi alaminya yang kompleks, yang hanya mungkin menjadi bagian dari alam kesadaran manusia--sekomprehensif apa pun--ketika telah direduksi ke dalam suatu parameter yang terdefiniskan sebagai fakta, dan yang demikian terwujud sebagai suatu realitas. Tak pelak lagi, segala sesuatu yang telah di’fakta’kan dari alam dfenomena pastilah lebih sederhana--dengan batas-batas pemahaman tentangnya lebih definitive—daripada ‘fenomena’, mentah yang eksis sebagai ‘objek yang ada

seperti adanya' di tengah-tengah situasi 'alami'. Dalam 'fakta' selalu terkandung subjektivitas manusia, sedangkan dalam 'fenomena' yang ada hanyalah objektivitas yang alami, dan yang karena itu tentunya sangat kompleks sehingga sulit diliput oleh kemampuan manusia yang rasional.

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di kantor Pusat Humas Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi

### 4. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah Pusat Humas Kemenakertrans yakni staf humas yang bertanggung jawab terhadap pencitraan Kemenakertrans dan Kasubid media massa dalam kaitannya dengan pemberitaan kasus kekerasan TKI

### 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada metode fenomenologi ialah wawancara mendalam. Menurut Bungin (2011 : 157-158) wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap dengan topik yang diteliti. Wawancara mendalam dilakukan secara intensif dan berulang-ulang. Pada penelitian kualitatif, wawancara mendalam menjadi alat utama yang dikombinasikan dengan observasi partisipasi. Wawancara dalam

penelitian ini menggunakan dua narasumber dari pusat humas Kemenakertrans yakni staf humas dan Kasubid media massa.

#### 6. Teknik Analisis data

Analisis data menurut Patton (Lexy, 1998 : 103) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

Sedangkan Taylor (Lexy, 1998 : 103) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menentukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. Dengan demikian definisi tersebut dapat disintesiskan menjadi : Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Data-data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif yaitu merupakan cara untuk mengolah atau penganalisisan data kualitatif yang diperoleh yaitu data yang berbentuk kata-kata, kalimat, skema dan gambar dengan memberikan penjelasan-penjelasan secara teoritis atas kenyataan yang terjadi pada orang.

Sedangkan, Marshall dan Rossman mengajukan teknik analisa data kualitatif untuk proses analisis data dalam penelitian ini. Dalam menganalisa penelitian

kualitatif terdapat beberapa tahapan-tahapan yang perlu dilakukan (Marshall dan Rossman dalam Kabalmy, 2002), diantaranya :

1. Mengorganisasikan Data

Peneliti mendapatkan data langsung dari subjek melalui wawancara mendalam (*indepth inteview*), dimana data tersebut direkam dengan tape recorder dibantu alat tulis lainnya. Kemudian dibuatkan transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tertulis secara verbatim. Data yang telah didapat dibaca berulang-ulang agar penulis mengerti benar data atau hasil yang telah di dapatkan.

2. Pengelompokan berdasarkan Kategori, Tema dan pola jawaban

Pada tahap ini dibutuhkan pengertian yang mendalam terhadap data, perhatian yang penuh dan keterbukaan terhadap hal-hal yang muncul di luar apa yang ingin digali. Berdasarkan kerangka teori dan pedoman wawancara, peneliti menyusun sebuah kerangka awal analisis sebagai acuan dan pedoman dalam mekukan coding. Dengan pedoman ini, peneliti kemudian kembali membaca transkrip wawancara dan melakukan *coding*, melakukan pemilihan data yang relevan dengan pokok pembicaraan. Data yang relevan diberi kode dan penjelasan singkat, kemudian dikelompokan atau dikategorikan berdasarkan kerangka analisis yang telah dibuat.

Pada penelitian ini, analisis dilakukan terhadap sebuah kasus yang diteliti. Peneliti menganalisis hasil wawancara berdasarkan pemahaman terhadap hal-hal

diungkapkan oleh responden. Data yang telah dikelompokkan tersebut oleh peneliti dicoba untuk dipahami secara utuh dan ditemukan tema-tema penting serta kata kuncinya. Sehingga peneliti dapat menangkap pengalaman, permasalahan, dan dinamika yang terjadi pada subjek.

### 3. Menguji Asumsi atau Permasalahan yang ada terhadap Data

Setelah kategori pola data tergambar dengan jelas, peneliti menguji data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pada tahap ini kategori yang telah didapat melalui analisis ditinjau kembali berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan dalam bab II, sehingga dapat dicocokkan apakah ada kesamaan antara landasan teoritis dengan hasil yang dicapai. Walaupun penelitian ini tidak memiliki hipotesis tertentu, namun dari landasan teori dapat dibuat asumsi-asumsi mengenai hubungan antara konsep-konsep dan faktor-faktor yang ada.

### 4. Mencari Alternatif Penjelasan bagi Data

Setelah kaitan antara kategori dan pola data dengan asumsi terwujud, peneliti masuk ke dalam tahap penejelasan. Dan berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari kaitanya tersebut, penulis merasa perlu mencari suatu alternatif penjelasan lain tentang kesimpulan yang telah didapat. Sebab dalam penelitian kualitatif memang selalu ada alternatif penjelasan yang lain. Dari hasil analisis, ada kemungkinan terdapat hal-hal yang menyimpang dari asumsi atau tidak terfikir sebelumnya. Pada tahap ini akan dijelaskan dengan alternatif lain melalui referensi atau teori-teori lain. Alternatif ini akan sangat berguna pada bagian pembahasan, kesimpulan dan saran.