

STRATEGI KOMUNIKASI PEMULIHAN CITRA HUMAS PEMERINTAH MELALUI MEDIA LOKAL

(Studi Kasus Pasca Perseteruan Gubernur Bali dengan Media Balipost
Tahun 2012)

Gusti Ngurah Agus Adi Putra / Ninik Sri Rejeki

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Jalan Babarsari No.6 Yogyakarta 55281

Abstract: Citra merupakan unsur penting dalam sebuah instansi, citra dapat memberikan pandangan negatif dan positif terhadap instansi. Citra dapat merosot turun dikarenakan adanya krisis, krisis memiliki sifat tidak terduga dan dapat muncul sewaktu-waktu. Pemerintah Daerah dan Gubernur mengalami penurunan citra karena pemberitaan, kondisi ini menyebabkan krisis. Diawali dengan pemberitaan Balipost yang kemudian dibantah oleh Gubernur Bali karena Gubernur merasa bahwa Balipost menyebarkan berita bohong hingga kasus ini naik ke meja hijau. Kasus tersebut membuat pemberitaan di media tersebut menjadi sangat negatif. Penulis meneliti strategi komunikasi krisis humas sebagai ujung tombak komunikasi pemerintah daerah dalam mengembalikan citra melalui media lokal. penulis menggunakan landasan teori strategi komunikasi, manajemen krisis dan juga melihat dengan *agenda setting*. Penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil yang diperoleh adalah strategi komunikasi dalam krisis yang dipakai oleh humas pemerintah dalam mengembalikan pencitraan. Penelitian ini melihat bahwa humas menggunakan strategi-strategi komunikasi dalam mengembalikan citra, strategi komunikasi yang digunakan menyangkut penentuan khalayak, strategi isi pesan, menetapkan metode, pemilihan media hingga menentukan komunikator. Hal yang paling penting difokuskan dalam strategi tersebut adalah dalam menentukan isi pesan, Humas menggunakan strategi merespon krisis yang terdapat dalam manajemen krisis. Terdapat juga metode-metode *media relations* yang digunakan dalam mengembalikan pencitraan pemerintah daerah dan Gubernur Bali,

Kata kunci : manajemen krisis, agenda setting, strategi komunikasi, citra pemerintah

A. Latar Belakang

Humas dewasa ini sudah semakin berkembang keberadaannya, sudah semakin banyak perusahaan maupun institusi yang menempatkan keberadaan humas dalam struktur organisasinya. Hal tersebut menandakan bahwa institusi mengerti tentang menjaga relasi dengan publik, selain menjaga relasi keberadaan humas juga diperlukan dalam membentuk atau menjaga citra perusahaan atau organisasi. Pemahaman humas dimulai dengan membedakan humas sebagai fungsi manajemen dan komunikasi. Dalam institusi manapun akan selalu mengharapkan institusi berjalan sesuai dengan rencana awal, sesuai dengan visi dan misi yang dibentuk oleh institusi tersebut, namun terkadang terdapat hal-hal yang tidak pernah bisa diprediksi sebelumnya, hal ini yang dinamakan krisis. Salah satu yang dapat disebut kirisi adalah munculnya krisis pencitraan. Menurut kazt (soemirat dan Ardiyanto 2005:78), citra adalah cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang auatu komite atau suatu aktivitas.

Pemerintah Daerah Provinsi Bali sedang mengalami krisis pencitraan tersebut. Kasus ini dikarenakan pemberitaan yang negatif terhdap pemerintah daerah Bali dan juga Gubernur Bali yang diberitakan oleh media Balipost. Balipost merupakan media terbesar di Bali yang dilihat dari jumlah oplah penjualannya. Disisi lain peran media dewasa ini mampu menjadi agenda publik, hal yang diberitakan oleh media akan berdampak pada agenda opini publik.

Pemberitaan yang selalu bersifat negatif oleh Balipost terhadap pemerintah daerah dan Gubernur akan mempengaruhi opini publik terhadap pandangan masyarakat terhadap pemerintahannya. Berjalannya sudatu pemerintahan tanpa

dikawal, didukung dan tanpa kepercayaan dari masyarakat jalannya roda pemerintahan tidak akan maksimal.

Penelitian ini dilakukan karena penulis ingin melihat strategi Humas Pemerintah Provinsi Bali dalam melakukan strategi komunikasi krisis terkait dengan pengembalian citra positif yang sejak kasus tersebut selalu mendapatkan berita negatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi krisis Humas Pemerintah Provinsi Bali dalam membentuk citra positif Pemerintahan melalui media lokal paska kasus persetujuan Gubernur Bali dengan media Balipost

B. Kerangka Teori

1. Komunikasi Krisis

Krisis *public relations* adalah suatu peristiwa yang dapat membahayakan *image* perusahaan, reputasi maupun stabilitas keuangan. Semakin besar krisisnya semakin buruk dampaknya bagi organisasi. Tidak semua krisis adalah krisis *PR* suatu krisis dikatakan krisis *PR* apabila krisis tersebut diketahui oleh publik dan mengakibatkan munculnya persepsi negatif terhadap perusahaan organisasi atau citra seseorang.

2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat dicapai. Terdapat lima elemen dalam strategi komunikasi yang saling berkaitan (arifin anwar, 1984:87) . kelima unsur tersebut antara lain sasaran komunikasi, strategi pesan, penetapan metode, pemilihan metode dan strategi komunikator.

3. *Image Repair Theory*

Citra mengacu pada hal yang dirasakan organisasi oleh *stakeholder* dan publiknya. Kunci untuk mengerti teori strategi pemulihan citra atau *image repair theory* ini adalah mempertimbangkan untuk memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap serangan atau keluhan yang terjadi pada masa krisis, Benoit mengatakan dia menyarankan untuk memperhatikan dua komponen yang perlu diperhatikan ketika terjadi krisis yang terkait dengan pencitraan. Pertama organisasi harus memberikan tanggung jawab dengan melakukan tindakan, kedua tindakan yang dibangun tersebut harus berkaitan mempertimbangkan efek yang akan muncul dan diharuskan efek yang dimunculkan tersebut memunculkan reaksi yang positif

C. Hasil dan Analisis Data

1. **Pemahaman Konsep Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Provinsi Bali**

Strategi komunikasi dipahami Humas Pemerintah Provinsi sebagai suatu perencanaan yang terintegrasi dalam hubungannya dengan komunikasi. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Desak Andi

“strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan yang memiliki tujuan komunikasi tentunya, selain itu strategi merupakan cara atau taktik yang digunakan untuk mencapai tujuan”

Strategi komunikasi disusun Humas untuk menanggulangi rendahnya kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah. Berdasarkan pemahaman-pemahaman Humas terhadap strategi komunikasi, humas tentunya menyusun strategi dengan tujuan :

- a) Meredam pemberitaan yang terus-menerus bersifat negatif terhadap pemerintah.
- b) Agar opini masyarakat tidak berlarut-larut disetir oleh pemberitaan yang negatif.
- c) Mencitrakan kembali pemerintah daerah dan Gubernur.

2. Fungsi dan Peran Humas Pemerintah Provinsi Bali dalam Mengembalikan citra Pemerintah Daerah paska krisis

Menurut Jefkins ada beberapa jenis citra, dalam penelitian ini lebih mengarah pada citra kini (*current image*) dan citra harapan (*wish image*). Citra kini adalah kesan mengenai suatu organisasi yang didasarkan pada pengalaman atau informasi atau pengertian yang kurang baik. Citra kini dalam penelitian ini merupakan citra pemerintah daerah Bali dan juga citra Gubernur Bali Made Mangku Pastika paska kasus perseteruannya dengan media Balipost yang ditangkap oleh masyarakat Bali khususnya dan juga masyarakat luas pada umumnya. Citra tersebut didapat oleh masyarakat melalui mediamassa.

Untuk lebih memahami fungsi dan peran humas sebagai ujung tombak komunikasi dari pemerintah daerah, penulis melakukan wawancara terhadap kepala bagian bidang publikasi, Ibu Esti Ekarini Rahayu yang lebih banyak berkecimpung dengan dunia media.

“Kita sebagai instansi yang berkecimpung dalam komunikasi pemerintah daerah dengan masyarakat seringkali merasa dirugikan oleh berita-berita yang ditayangkan oleh Balipost, karena tugas kami adalah setiap harinya memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas tentang kegiatan pemerintahannya, ini juga sebagai bentuk tanggung jawab atas kinerja pemerintah daerah.”

Dari pernyataan yang diungkapkan oleh Ibu Esti Ekarini tersebut dapat disimpulkan bahwa

- a) Fungsi Humas Pemerintah Provinsi Bali adalah sebagai ujung tomak komunikasi pemerintah dalam memberikan informasi kepada masyarakat, dan juga informasi tersebut sebagai pertanggung jawaban atas kinerja pemerintahan dimata masyarakat.
- b) Media Balipost sering kali memunculkan berita yang bersifat negatif sehingga membentuk opini publik yang negatif pula

3. **Strategi komunikasi dalam Krisis yang digunakan Humas Pemerintah**

Krisis citra yang dialami oleh Gubernur Bali yang diberitakan negatif oleh media terbesar di Bali merupakan suatu kerugian bagi pemerintah daerah pada khususnya.

Dalam penelitian ini penulis menemukan aktivitas yang dilakukan oleh humas pemerintah dalam kaitannya memulihkan citra.

Wawancara pertama peneliti ingin mengetahui Sasaran komunikasi yang ditunjuk oleh pihak Humas Pemerintah Provinsi Bali seperti dijelaskan oleh Bapak Ketut Teneng sebagai berikut

“ Karena ini merupakan sebuah institusi pemerintahan, yang bekerja untuk mensejahterakan rakyatnya dengan berbagai cara, maka sasaran komunikasi sudah barang tentu yang pertama adalah masyarakat Bali pada khususnya yang tentu saja komunikasi tersebut melalui media ”

Berdasarkan penjelasan tersebut maka stakeholder yang menjadi sasaran komunikasi dari pihak Humas Pemerintah adalah :

1. Masyarakat Bali

Masyarakat Bali merupakan publik dari kasus ini, karena kepercayaan dan dukungan dari masyarakat merupakan hal yang signifikan bagi bergulirnya roda pemerintahan.

2. Insan media massa Lokal

upaya memulihkan citra negatif tersebut tentunya peran media lokal memberikan peranan penting, karena media massa memegang kekuatan dalam mempengaruhi opini publik. Media massa lokal dipilih tentu pertimbangannya karena masyarakat Bali lebih banyak mengonsumsi media lokal.

Hal kedua yang ingin dilihat oleh peneliti adalah pesan yang disusun oleh humas. Dalam merumuskan pesan humas pemerintah daerah memberikan informasi yang sebenar-benarnya dan jujur, agar ketimpangan informasi yang seperti diberitakan oleh media Balipost yang kebanyakan memberikan informasi yang tidak seimbang dapat diimbangi.

“ketika pernyataan Gubernur diplintir oleh media Balipost, tumben Bapak marah kepada media, karena pernyataan dari Balipost tentang pembubaran desa adat itu sangat sensitif di Bali, disatu sisi Bapak tidak pernah berkata demikian”

Dari pernyataan dan bukti tersebut dapat disimpulkan bahwa pesan yang harus disampaikan dalam pemberitaan adalah

1. Gubernur tidak pernah berkata sesuai dengan pernyataan dari headlines Balipost
2. Pemberitaan tentang Gubernur dan Pemerintah Bali senantiasa harus mengklarifikasi pemberitaan di media Balipost.
3. Pesan yang disampaikan harus bersifat mendukung Gubernur dan pemerintah agar segala berita negatif dapat dibendung

Peneliti menemukan data-data dari pesan yang disampaikan oleh Humas melalui media dalam memulihkan citra Pemerintah. Contoh data tersebut seperti berikut:



Humas Pemprov memberikan pesan tentang pencapaian yang telah dilakukan oleh Pemerintah Daerah Bali dengan Made Mangku Pastika sebagai Gubernurnya.

**HOME POLITIK HUKUM EKONOMI BALI REGION ENTER
SPORT INTERNASIONAL SOSOK**
REDAKSI

Bali Post Lakukan Pelanggaran Berat dan Kesalahan Fatal

Denpasar (Metrobali.com)-
Sidang lanjutan Gugatan Gubernur Bali kepada Bali Post di Pengadilan Negeri (PN) Denpasar dilangsungkan Kamis, 24 Mei 2012. Dalam persidangan yang dihadiri langsung Gubernur Bali Made Mangku Pastika itu ditampilkan dua saksi fakta dari pihak penggugat dan satu saksi ahli. Dua saksi fakta adalah Sekda Kabupaten Klungkung I Ketut Janapria dan Bendesa Agung Majelis Utama Desa Pakraman (MUDP) Provinsi Bali Jro Gede Putu Suena. Saksi ahli adalah pengamat politik, pakar komunikasi, yang juga guru Universitas Pelita Harapan (UPH) sekaligus guru besar tidak tetap Unud Prof. Dr. Drs. Tjipta Lesmana, MA.

Sidang dibuka pukul 10.00 Wita oleh majelis hakim yang diketuai Amzer Simanjuntak dan sidang dinyatakan terbuka untuk umum. Amzer Simanjuntak didampingi dua hakim anggota dan seorang panitera.

Diawali pengenalan saksi fakta kemudian pengambilan sumpah saksi fakta, sidang dilanjutkan dengan pengajuan pertanyaan-pertanyaan kepada para saksi fakta terpusat pada ada tidak Gubernur Made Mangku Pastika mengeluarkan pernyataan bubarkan saja desa pakraman.

Dalam pesan tersebut Humas yang balik menuduh Balipost dengan menagatakan bahwa media Balipost yang melakukan pelanggaran berat karena menyebarkan berita bohong.

Dalam pesan ini pesan-pesan tersebut menekankan bahwa Pemerintah daerah dan juga Gubernur merupakan korban dari pemberitaan yang telah disebarkan oleh media Balipost

Setelah mendapatkan data dengan pesan-pesan yang disampaikan humas, peneliti mencari data yang berkaitan dengan media yang digunakan oleh humas untuk melakukan penyebaran informasi

Tabel media media yang sering digunakan oleh humas

No	Media Cetak	Media elektronik
1	Radar Bali	TVRI
2	Koran Renon	RRI
3	Majalah Mandara	Dewata Tv
4	Fajar Bali	Metro Bali
5	Nusa Bali	Website Pemprov Bali

Selain menggunakan media massa Humas juga menggunakan media Online seperti Website pemerintah dan juga portal-portal online yang berbasis di Bali, Tidak hanya itu penggunaan media seperti media internal, poster dan baliho juga dipergunakan sesuai dengan target pesan yang dituju.

Selain dalam melakukan pemilihan media, observasi yang dilakukan peneliti menemukan bahwa humas memiliki metode yang digunakan oleh Humas dalam melakukan strategi Metode ini tidak terkait dengan pemilihan media melainkan metode yang dapat disebut sebagai *humanity* yang menerapkan hubungan kekerabatan antar sesama anggota organisasi.

“Bapak (Gubernur) juga sering mengadakan acara dengan pers, ya untuk mendekatkan diri dengan insan media agar kami selalu disupport baik dalam personal maupun pemberitaan.”

Petikan wawancara tersebut menerangkan bahwa humas melakukan *media relations* untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan para media

Peneliti melihat sering kali tokoh-tokoh pejabat pemerintahan yang memberikan keterangan langsung atau memberikan konferensi pers.

Humas mungkin memilih seorang yang memiliki kredibilitas dalam kaitannya memberikan keterangan terlebih terdapatnya banyak isu miring tentang pemerintahan provinsi. Ada beberapa faktor yang menentukan pemilihan komunikator, yang paling dominan adalah pengaruhnya dan kredibilitasnya sebagai komunikator

Humas menentukan komunikator berikut :

1. Bapak Gubernur Bali

Gubernur Bali merupakan orang no 1 di jajaran pemerintahan Provinsi, menjabat sebagai Gubernur tentu saja beliau sudah dipercaya oleh masyarakat yang diperlihatkan dengan memilih beliau pada pemilu.

2. Petinggi media

Terkadang posisi Gubernur tidak cukup kuat untuk melakukan pembelaan, karena mungkin dianggap sebagai wujud pembelaan diri atau pencitraan diri, namun dengan digunakannya petinggi media sebagai komunikator tentu akan menghapus stigma tersebut.

4. Analisis Data

Menurut Onong Uchjana Effendy (2007:32) mengungkapkan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk

mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Walaupun pemahaman Humas tersebut masih sangat minim mengenai strategi komunikasi namun dengan kegiatan yang dilakukan oleh humas maka dapat dikatakan bahwa pemahaman mereka tentang strategi komunikasi sudah mendekati teoritis dalam menacapai sebuah tujuan. Yakni bertujuan untuk mengembalikan citra dari pemerintah daerah dan juga Gubernur Bali.

Humas dalam menjalani tujuan komunikasi tersebut telah melakukan berbagai cara untuk mengembalikan citra tersebut. Metode-metode yang digunakan oleh humas mulai dari mengumpulkan artikel tentang pemberitaan yang begatif tersebut lalu setelah itu humas yang dibagi berbagai divisi mulai menganalisa pesan tersebut dan selanjutnya menentukan cara penyusunan pesan yang dikirim melalui media-media massa lokal.

Sasaran pesan.

a) Bali Post

Balipost adalah publik primer bagi humas pemerintah daerah. Publik primer adalah mereka yang memiliki kepentingan ter hadap suatu isu dan dipengaruhi dengan tingkatan paling besar. Bali Post tentu akan sangat “haus” dalam memberitakan pemerintah daerah dengan sifat yang negatif terlebih mereka tidak lagi memiliki hubungan yang harmonis dan Bali Post. Pemberitaan yang ditampilkan oleh Bali Post sering diawasi oleh humas karena pemberitaan tersebut selalu bersifat negatif, dan humas harus tetap memberikan klarifikasi terhadap berita-berita tersebut, baik

dengan cara menggunakan hak jawab yang dikirim langsung ke Bali Post ataupun menggunakan media lain

b) Insan media lokal

Media dewasa ini memiliki peran yang sangat besar dalam kehidupan masyarakat. Dengan berbagai kekuataannya yang mampu menggerakkan masyarakat luas dan mampu mengatur opini publik menjadi landasan kuat mengapa media patut dimasukkan dalam sasaran komunikasi. Selain hal tersebut pemilihan media oleh humas dikarenakan fungsinya sebagai penyambung informasi dari satu pihak ke pihak lain

c) Masyarakat

Masyarakat merupakan elemen terpenting dan terbesar dalam hal pemerintahan daerah. Pemerintah dan juga Gubernur berfungsi sebagai pengelola daerah untuk masyarakat. Pemerintah merancang program juga demi kepentingan masyarakat, banyak hal yang dilakukan pemerintah demi kepentingan rakyat, sehingga masyarakat merupakan elemen terpenting. Tanpa dukungan dari masyarakat pemerintah tidak akan berjalan maksimal begitu juga dengan Gubernur sebagai pimpinan dalam struktur organisasi pemerintahan daerah. Mengelola isu dalam masyarakat dilakukan untuk meraih kepercayaan dan dukungan dari masyarakat, bagaimanapun tanpa kepercayaan dari masyarakat bergulirnya sebuah roda pemerintahan tidak akan berjalan maksimal.

Strategi pesan

Menurut Markus & Goodman (Coombs:1999:122) ada beberapa strategi seperti menyerang penuduh (*attacking Accuser*), menyangkal (*denial*), memberi alasan (*excusing*), pembenaran (*justification*), korban (*victimage*),

mengingat kembali (*reminding*) . Strategi tersebut dipakai oleh humas dalam menentukan isi pesan dalam menghadapi pemberitaan negatif Balipost.

Strategi Media

Pemilihan media penting agar komunikasi berjalan efektif, karena media-media memiliki karakteristik masing-masing. Memilih media yang tepat diharapkan dapat mencapai tujuan komunikasi sesuai dengan target sasaran yang telah disusun.

Humas Pemerintah Provinsi dalam tujuan komunikasinya telah menetapkan media-media yang digunakan dengan banyak pertimbangan, tentunya media yang digunakan didominasi oleh media massa karena kekuatan media massa mampu menjangkau khalayak luas.

Menetapkan Metode

a) *Redundancy (Repetition)*

Redundancy atau *repetition*, adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat di tarik darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru berkontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian

b) *Canalizing*

Canalizing adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Dalam hal ini pengaruh kelompok media Balipost sangatlah tinggi terhadap opini publik Bali, hal ini ditandai dengan tingginya oplah media Balipost di Bali. Untuk menghilangkan pengaruh yang sangat besar terhadap masyarakat Bali, Humas menerapkan metode yakni dengan menggunakan *media relations*.

Strategi Komunikator

Tiga faktor penting yang harus diperhatikan komunikator agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar, yaitu

a. Daya tarik sumber

Menggunakan seorang Gubernur sebagai komunikator sudah pasti akan menjadi daya tarik bagi audiensnya. Selain beliau sebagai orang no 1 di pemerintahan Provinsi, beliau juga dikenal sebagai seorang yang pintar dalam bertutur kata sehingga hal ini menjadi modal untuk menarik khalayak.

b. Kredibilitas sumber

Kredibilitas seseorang dapat dilihat melalui latar belakangnya, baik itu menyangkut pendidikan, status sosial ataupun pekerjaannya. Petinggi media sudah tentu dilatar belakanginya oleh pengalamannya sebagai orang yang berkecimpung dalam media, dan sampai menjabat sebagai petinggi itu merupakan sebuah prestasi yang tidak didapat secara instant melainkan sudah melewati fase-fase khusus, maka pengetahuannya tentang kasus ini tidak diragukan kredibilitasnya.

Image Repair Theory

Dalam *image repair theory* atau teori pemulihan citra dikatakan bahwa kunci dalam memulihkan citra adalah memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap serangan atau keluhan yang terjadi pada masa krisis. Hal yang harus dilakukan pertama organisasi harus memberikan tanggung jawab dengan melakukan tindakan, kedua tindakan yang dibangun tersebut harus berkaitan mempertimbangkan efek yang akan muncul dan diharuskan efek yang dimunculkan tersebut memunculkan reaksi yang positif. Observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti telah melihat upaya-upaya yang dilakukan oleh humas dalam memulihkan citra yang didapat dari pemberitaan negatif media massa balipost group.

D. Kesimpulan

Humas sebagai ujung tombak komunikasi Pemerintahan Daerah ikut kelabakan dengan adanya kasus tersebut. Pencitraan yang negatif terhadap Gubernur dan Pemerintahan Provinsi tentu saja akan sangat mempengaruhi kinerja pemerintahan. Tanpa dukungan dan kepercayaan dari masyarakat pemerintah daerah tidak akan mampu bekerja dengan maksimal

Humas berjuang keras untuk mengembalikan citra tersebut. Humas memandang strategi komunikasi sebagai suatu perencanaan yang terstruktur yang dapat dipakai untuk tujuan-tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Dalam hal ini humas sebagai ujung tombak komunikasi telah menetapkan strategi-strategi komunikasi untuk mengembalikan kepercayaan publik.

Walaupun pemahaman Humas mengenai krisis masih sangat minim dan humas tidak mengakui bahwa keadaan ini disebut dengan krisis, namun penelitian ini dapat membangkitkan pemahaman mereka tentang krisis selain memang krisis itu adalah merupakan sebuah persepsi, namun penulis menyimpulkan sendiri bahwa kasus ini dapat dipahami sebagai krisis karena telah memenuhi kriteria dalam definisi krisis, hal ini diperkuat dengan strategi humas dalam melakukan kegiatan yang penulis anggap sebagai cara merespon krisis sesuai dengan teoritik dalam strategi merespon krisis melalui media.

Strategi komunikasi krisis yang digunakan oleh humas adalah dengan menentukan sasaran komunikasi, menentukan isi pesan, menetapkan metode hingga strategi komunikator.

Dalam menentukan strategi pesan penulis menemukan cara-cara yang digunakan humas yang penulis sandingkan dengan teori yang telah dimuat dalam kerangka teori. Humas pemerintah sering menggunakan cara-cara bertahan atau menyerang, strategi pesan tersebut jika dianalisis adalah menggunakan teori seperti *reminding* (mengingat kembali), *denial* (menyangkal), *scapegoating* (mengkambing hitamkan), *justification* (pembenaran), *victimhood* (menyatakan bahwa mereka adalah korban) dan *attacking the accuser* (menyerang penuduh)

Strategi komunikasi dalam pemulihan citra erat kaitannya dengan bagaimana respon yang diberikan secara cepat dan efektif oleh institusi, peneliti melihat jelas hal tersebut dalam aktivitas yang dilakukan oleh humas yang selalu memberikan respon dan

juga melakukan kegiatan lain yang dapat memberikan respon yang positif dari masyarakat.

Humas berpendapat strategi-strategi yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang positif dari yang diharapkan. Hal ini terlihat dari bagaimana pemberitaan-pemberitaan yang telah dikumpulkan dari media selain Bali Post sudah banyak yang mencitrakan positif tentang Gubernur dan Pemerintahan Daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Wasesa,Silih. 2005. *Strategi Public Reations*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Arifin, Anwar.1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung. Armico
- Coombs, Timothy. 2007. *Ongoing crisis communication*. California:Sage Publications
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H. & Broom, Glen M. (2006). *Effective Public Relations* Edisi Ke-Sembilan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Uchjana, Onong.1991. *Ilmu komunikasi: teori dan praktek edisi 12*. Bandung: Remaja Rosdakarya.