

## **ANALISIS AKTIVITAS HUBUNGAN MEDIA DALAM MANAJEMEN KRISIS DI PERGURUAN TINGGI**

**Narayana Mahendra Prastya**

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya**

**Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta**

*narayana@uii.ac.id*

**Abstrak.** Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas hubungan media yang dilakukan oleh Universitas Islam Indonesia, saat kejadian Tragedi Diksar Mapala UII. Kejadian tersebut merupakan krisis karena tidak diduga, terjadi secara mendadak, dan menimbulkan gangguan pada aktivitas dan citra organisasi.

Hubungan media adalah salah satu aktivitas yang penting dalam manajemen krisis, karena media massa mampu mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap satu organisasi dalam krisis. Dalam situasi krisis sendiri, persepsi dapat menjadi lebih kuat daripada fakta. Batasan hubungan media dalam tulisan ini adalah dalam aspek penyediaan informasi yang terdiri dari : (1) kualitas narasumber organisasi dan (2) cara organisasi dalam membantu liputan media. Data penelitian ini diperoleh dengan mewawancarai wartawan dari media di Yogyakarta yang meliput Diksar Mapala UII. Hasilnya menunjukkan bahwa media membutuhkan narasumber pimpinan tertinggi universitas. Informasi yang diperoleh dari humas universitas dirasa masih kurang cukup. Dalam hal upaya organisasi membantu aktivitas liputan, UII dinilai masih kurang cepat dan kurang terbuka dalam memberikan informasi.

**Kata kunci :** *komunikasi, manajemen krisis, media relations, public relations, perguruan tinggi*

**Abstract.** *The purpose of this article is to analyse the media relations activities by Islamic University of Indonesia (UII), related to crisis "Tragedi Diksar Mapala UII". This incident lead to crisis because it is unpredictable, happen suddenly, disturb the organizational activities, and make the organization's image being at risk.*

*Media relations is one important activities in crisis management. It is because mass media could affect the public perception toward an organization. In crisis situation, perception could be stronger than the fact.*

*The limitation of media relations in this article are information subsidies. Information subsidies consist of : (1) the quality of news sources that provided by the organization, and (2) how organization facilitate the news gathering process by the media. The data for this article is being collected from interview with journalist from the mass media in Yogyakarta. The results are media want the top management of the universities as the news sources. The information that being provided by public relations is not enough. The university also lack of quickness and lack of openness.*

**Keywords :** *communication, crisis management, media relations, public relations in university*

## PENDAHULUAN

Pada bulan Januari 2017, krisis menimpa Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta pasca kejadian tewasnya tiga orang mahasiswa dalam kegiatan Pendidikan Dasar Mahasiswa PEcinta Alam (MAPALA) UII di Karanganyar, Jawa Tengah. Kekerasan yang berujung kematian merupakan salah satu jenis krisis yang muncul di lembaga pendidikan (Gainey, 2010: 305) Kejadian ini menjadi isu nasional hingga presiden, menteri, dan anggota DPR ikut memberikan perhatian. Tren dari sorotan itu adalah negatif untuk UII, di mana UII dianggap tidak terbuka, lambat dalam menyelesaikan persoalan, serta alpa dalam mengawasi kegiatan-kegiatan mahasiswa-nya.

Beberapa hari pasca tragedi, rektor UII dan wakil rektor bidang kemahasiswaan UII mengundurkan diri dari jabatannya sebagai bentuk pertanggungjawaban dan membuat kepemimpinan di UII sempat kosong (diisi oleh pejabat definitif). Kondisi ini membuat aktivitas organisasi di UII menjadi terganggu.

Tragedi Diksar Mapala UII diliput oleh berbagai media massa, mulai dari media lokal hingga media nasional, dan berbagai *platform* (media cetak, media penyiaran, hingga media online). Berbagai media tersebut menyajikan sudut pandang pemberitaan yang beragam, mulai dari bagaimana pertanggungjawaban UII, bagaimana respon dari keluarga korban, profil korban, proses investigasi yang dilakukan dari kalangan UII atau pun penegak hukum, hingga menarik ke konteks yang lebih luas yakni kekerasan di dunia pendidikan.

Tak pelak situasi ini menimbulkan krisis di organisasi UII karena kejadian yang mendadak, tidak diharapkan, sangat

mungkin mempengaruhi organisasi secara negatif, meningkatkan tekanan publik, dan menarik perhatian media (Kriyantono, 2012).

Salah satu hal yang penting dilakukan organisasi dalam menghadapi situasi krisis, ialah menjalin hubungan dengan wartawan dan media. Hal tersebut merupakan salah satu strategi yang memiliki profil paling tinggi yang digunakan oleh humas organisasi untuk mengkomunikasikan pesan-pesan dan informasi kepada publik, dan mengembangkan hubungan dengan masyarakat (Hariyanti, 2009; Maha Rani, 2013).

Berdasarkan paparan di alenia sebelumnya, maka tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana wartawan merespon aktivitas hubungan media yang dilakukan oleh UII selama kasus Diksar Mapala UII. Menurut Gainey (2010: 312), saat terjadi krisis lembaga pendidikan pada umumnya melakukan aktivitas media dalam bentuk press release dan melayani wawancara wartawan.

Batasan dari hubungan media dalam tulisan ini adalah penyediaan informasi (*information subsidies*). Menurut Zoch dan Molleda (2006), penyediaan informasi mencakup pada bagaimana organisasi memfasilitasi wartawan dalam proses liputan dan kualitas informasi apakah sudah memenuhi kebutuhan wartawan atau belum.

Teknik pengambilan data dari penelitian ini adalah melakukan wawancara dengan perwakilan dari redaksi media local di Yogyakarta, yang melakukan liputan mengenai Diksar Mapala UII.

## Hubungan Media di Perguruan Tinggi

Lembaga perguruan tinggi melakukan hubungan media dilakukan dengan tujuan mempublikasikan kepada khalayak

mengenai pencapaian positif yang telah dicapai (Nurjanah, dkk. 2016: 21). Namun begitu, pihak media masih mengeluhkan tentang pemilihan tema atau isu yang menarik yang sesuai dengan agenda media. Perguruan tinggi terlalu fokus pada informasi kegiatan yang sifatnya seremonial dan tidak memiliki urgensi bagi publik (Nurjanah, dkk. 2015).

Kritik media terhadap humas perguruan tinggi semakin besar ketika perguruan tinggi tersebut tengah diterpa isu negative. Wartawan merasa dihalangi dalam liputan di perguruan tinggi saat berada dalam situasi negative (Nurjanah, dkk.2015). Artinya dalam hal penyediaan informasi (Zoch dan Molleda, 2006), perguruan tinggi bersikap menjaga jarak dan cenderung tertutup (Setyanto dan Anggarina, 2015)

Padahal dalam konteks isu negative – termasuk dalam situasi krisis—wartawan mencari informasi dari sumber-sumber resmi organisasi. Itu berarti organisasi harus proaktif dalam menyediakan informasi dan menempatkan juru bicara yang memang memahami konteks situasi krisis. Informasi tersebut harus sesuai dengan kebutuhan dari wartawan (Zoch dan Molleda, 2006: 294). Selain itu, wartawan juga membutuhkan kemudahan dalam kontak narasumber, informasi yang cepat, dan transparan (Nurjanah, dkk. 2016: 23).

Penelitian berkaitan dengan manajemen krisis di perguruan tinggi memang masih belum terlalu banyak. Pasalnya, studi mengenai manajemen krisis “masih terlalu dominan di perusahaan bisnis. Menurut Gainey : “...*much crisis management research focuses on the for profit sector...*” (Gainey, 2010: 301).

Dalam konteks Indonesia, salah satu penelitian terbaru adalah kegiatan kehumasan perguruan tinggi dalam manajemen isu. Penelitian oleh Ariani (2016) berangkat dari kasus demonstrasi besar yang terjadi di Universitas Gadjah Mada (UGM) pada Mei 2016. Ada sejumlah

tuntutan dalam demonstrasi ini seperti perbaikan kesejahteraan staf kependidikan, hingga penolakan penggusuran kantin “Bonbin” di UGM. Demonstrasi ini diikuti oleh sebagian besar mahasiswa dan sejumlah karyawan. Kajian manajemen isu dipilih karena manajemen isu merupakan bagian dari manajemen krisis, yakni mencegah agar sebuah kejadian negative tidak berlanjut menjadi krisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas UGM telah melakukan kegiatan manajemen isu, namun tidak terstruktur karena tidak memiliki prosedur standar dalam hal tersebut.

### **Hubungan Media dalam Manajemen Krisis**

Batasan hubungan media dalam tulisan ini adalah penyediaan informasi (information subsidies). Dalam menyediakan informasi, organisasi perlu mengemasnya dengan materi informasi yang mendukung sudut pandang organisasi terhadap peristiwa tertentu dan untuk mengkomunikasikan kepentingan organisasi dalam isu tersebut (Zoch dan Molleda, 2006: 284).

Penyediaan informasi harus mampu membuat wartawan dan/atau media menjadi tertarik untuk menggunakan informasi tersebut dalam berita mereka. Itu berarti dalam menyediakan informasi, organisasi harus menyajikan konten yang menarik dan memudahkan wartawan dalam meliput. Konten yang menarik dapat diupayakan dengan, *pertama*, menggunakan sumber yang kredibel dalam pernyataan resmi perusahaan, yakni (pada umumnya) adalah pejabat pemerintah dan pimpinan perusahaan (Zoch dan Molleda, 2006: 284).

Dalam konteks perguruan tinggi, dalam konteks perguruan tinggi maka kehadiran jajaran pimpinan perguruan tinggi (misalkan rektor atau pejabat rektorat) dalam memberikan keterangan pada wartawan dipandang sebagai hal yang penting dalam hubungan media. Narasumber

dari *top management* organisasi memiliki derajat confidence yang sangat tinggi. Hal tersebut dapat membuat komunikasi yang disampaikan menjadi efektif, karena narasumber tersebut sesuai dengan kebutuhan wartawan (Farihanto, 2014: 59)

Hal *kedua* dari penyediaan informasi adalah memperhatikan informasi tentang isu serupa dari pihak lain. Ada pun pihak lain yang umumnya menjadi pertimbangan media untuk diwawancarai adalah public relations organisasi atau juru bicara, presiden, kelompok kepentingan, pengamat ilmiah, dan pengacara. Hal *ketiga*, hal teknis peliputan, organisasi harus memfasilitasi wartawan dalam proses pencarian informasi di organisasi tersebut (Zoch dan Molleda, 2006: 284, 290-291)

Dalam menyampaikan pesan di situasi krisis, organisasi dituntut untuk menyampaikan informasi dengan: (1) segera, (2) terbuka, dan (3) konsisten. Menyampaikan pesan dengan segera berarti memberikan kesempatan bagi pemangku kepentingan, terutama media massa, untuk mengetahui tentang apa yang sebenarnya terjadi. Tujuannya adalah mengisi kekosongan informasi ketika krisis berlangsung. Respon yang lambat justru memberikan kesempatan pada pihak lain -- terutama bagi pihak yang memang ingin memperkeruh suasana-- untuk mengisi kekosongan informasi dengan spekulasi atau informasi yang salah. Respon yang bersifat segera juga akan membentuk persepsi di mata publik bahwa organisasi tersebut dapat mengendalikan situasi (Coombs, 2006 : 171-173).

Prinsip *kedua* adalah konsisten, yakni berbagai pesan yang disampaikan organisasi tidak membingungkan. Dengan kata lain, konsistensi merupakan berbicara dalam satu suara. Dalam situasi krisis, sebaiknya juru bicara organisasi lebih dari satu orang, untuk mengantisipasi jika salah satu tengah berhalangan. Bagaimana pun, tim komunikasi krisis harus memastikan bahwa

juru bicara yang berbeda memberikan pesan yang sama. (Coombs, 2006 : 171-173).

Prinsip *ketiga* adalah keterbukaan. Prinsip ini masih multtafsir, karena ada pemahaman yang berbeda-beda mengenai “keterbukaan” tersebut. Interpretasi pertama adalah keterbukaan sebagian (*partial disclosure*) yakni orang-orang yang ada dalam organisasi selalu siap untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan. Keengganan untuk berkomunikasi akan menimbulkan kesan bahwa organisasi tersebut sangat tertutup, berusaha menyembunyikan sesuatu, atau tidak bisa mengatasi masalah. Interpretasi *kedua* mengenai keterbukaan adalah pengungkapan sepenuhnya (*full disclosure*) yakni organisasi harus mengatakan semua yang mereka ketahui tentang krisis. Namun pengungkapan sepenuhnya bisa menimbulkan risiko lain seperti persoalan hukum dan kerugian finansial. (Coombs, 2006 : 171-173).

Pentingnya menjalin hubungan dengan media karena media massa mampu mempengaruhi pandangan masyarakat. Mengingat media memiliki kekuatan untuk mentransfer informasi guna mempengaruhi agenda publik, maka ketika wartawan atau media memberitakan hal yang disampaikan oleh organisasi, maka masyarakat akan menganggap hal tersebut sebagai hal yang penting. Bahkan, kondisi ini dapat menempatkan wartawan dan media sebagai “pihak ketiga” dari perusahaan yang memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dibanding dengan humas perusahaan itu sendiri (Farihanto, 2014; Nurjanah, dkk. 2015; Puspitasari, 2016)

Dalam situasi krisis, organisasi harus mampu memenangi pertarungan opini di masyarakat, pasalnya penilaian masyarakat akan mempengaruhi legitimasi organisasi. Seperti dikutip dari Kriyantono (2012: 214), dalam krisis hal yang berupa persepsi dapat diyakini sebagai kebenaran.

Dalam situasi krisis, organisasi masih cenderung melihat media sebagai pihak

yang memposisikan diri bermusuhan dengan organisasi. Itu sebabnya organisasi mengambil sikap menghindari permintaan wawancara oleh media. Organisasi khawatir jika memberikan ruang pada media maka akan membuat krisis menjadi semakin parah. Namun cara pandang ini perlu diubah. Organisasi perlu memandang media sebagai kawan yang perlu direspons dengan baik, bukan lagi lawan yang kejam dan intimidatif. Pasalnya media merupakan instrumen yang penting dalam komunikasi krisis (Puspitasari, 2016: 116).

Ada pun pertanyaan yang umumnya muncul dari media adalah : (1) penjelasan mengenai kejadian/apa yang terjadi, (2) siapa yang terlibat dan bertanggungjawab dalam terjadinya krisis, (3) apa dampak krisis bagi masyarakat, dan (4) tindakan yang dilakukan oleh organisasi dalam menghadapi krisis (Puspitasari, 2016: 117).

Tidak semua pernyataan resmi organisasi bakal diberitakan secara utuh oleh media, persis seperti yang disampaikan oleh organisasi. Itu berarti tugas organisasi adalah membuat wartawan merasa perlu untuk menggunakan informasi yang telah disampaikan tersebut. Informasi yang dikirimkan ke media harus bernilai berita, karena semakin media menganggap informasi tersebut menarik maka semakin besar peluangnya untuk dimuat/dipublikasikan (Maha Rani, 2013: 89). Di luar nilai berita yang ada, tiap media memiliki sudut pandang atau caranya sendiri-sendiri dalam mengemas informasi. Organisasi perlu menampilkan pernyataan resmi dengan tema yang sesuai dengan sudut pandang kebutuhan wartawan (Partao, 2005: 20).

Keberhasilan aktivitas hubungan media dalam situasi krisis perlu memperhatikan beberapa hal. Pertama adalah kualitas dari informasi seperti materi press release, kedua pemantauan trend berita untuk menjadi dasar bagi organisasi untuk menyusun pernyataan resmi, ketiga relasi

personal yang baik antara pihak humas organisasi dan wartawan, dan keempat adalah membangun relasi antarlembaga dengan mengunjungi perusahaan media (Fil Haq, 2011; Miela Putra, 2012; Zoch dan Molleda, 2006)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian adalah membuat deskripsi secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta (Nurjanah, dkk 2015). Teknik pengumpulan data adalah melakukan wawancara dengan pihak perwakilan redaksi media massa yang melakukan liputan berkaitan dengan tragedi diksar Mapala cara tanya jawab dengan menggunakan panduan wawancara (Nurjanah, 2015). Media tersebut dipilih berdasarkan keterwakilan platform media (cetak, penyiaran, online) dan jenis perusahaan media (lokal, nasional) (Lihat Tabel 1).

Peneliti mengirimkan permohonan wawancara kepada 13 media yang ada di Yogyakarta. Sebelas media menyatakan kesediaan untuk dijadikan narasumber wawancara. Satu media menyatakan tidak bersedia diteliti berkaitan dengan perizinan (*NetTV Biro Yogyakarta*) dan satu media yang tidak memberikan konfirmasi (*Tribun Jogja*).

Daftar pertanyaan wawancara disusun berdasarkan konsep-konsep komunikasi krisis dan media relations. Pertanyaan dikategorikan dalam bagian-bagian berikut yakni: cara menyampaikan informasi, penilaian media terhadap narasumber, saluran penyampaian informasi, dan konten informasi (Coombs, 2006; Iriantara, 2005; Nurudin, 2008).

Setiap sesi wawancara berlangsung antara 25 menit hingga 30 menit. Mayoritas narasumber wawancara adalah pada level manajerial, yakni penanggungjawab media (Kepala Biro) atau penanggungjawab rubrik (redaktur atau redaktur pelaksana). Hasil dari wawancara tersebut kemudian

dikelompokkan dan dibahas berdasarkan teori/kerangka pemikiran yang berkaitan dengan aktivitas hubungan media dalam situasi krisis.

No	Nama Media	Nama Narasumber	Jabatan*
1	Harian Jogja	Nugroho Nurcahyo	Redaktur Pelaksana
2	Kedaulatan Rakyat	(1) Primaswolo Sujono; (2) Ardhike Indah	(1) Redaktur pelaksana; (2) Reporter
3	Radar Jogja	Yogi Isti Pudjiaji	Wakil Pemimpin Redaksi
4	Bernas	Philippus Jehamun	Redaktur Halaman Daerah
5	TvOne (Biro Yogyakarta)	Budi Zulkifli	Kepala Biro
6	MetroTV (Biro Yogyakarta)	Nizar Kherid	Kepala Biro
7	Detik.com (Biro Yogyakarta)	Bagus Kurniawan	Kepala Biro
8	Tempo (Biro Yogyakarta)	Pito Agustin Rudiana	Reporter
9	Republika (Biro Yogyakarta)	(1) Fernan Rahardi ; (2) Andrian Saputra	(1) Wakil kepala redaksi; (2) reporter
10	Radio Republik Indonesia (Yogyakarta)	Fetika Andriani	Kepala Seksi Pengembangan Berita, Bidang Pemberitaan

Tabel 1. Nama Media yang menjadi Narasumber

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Batasan hubungan media dalam tulisan ini adalah penyediaan informasi (*information subsidies*). Dalam menyediakan informasi, organisasi perlu membuat wartawan tertarik untuk menggunakan informasi tersebut. Kehadiran narasumber dari pihak pimpinan tertinggi organisasi, dapat membuat media tertarik untuk menggunakan informasi dari organisasi (Zoch dan Molleda, 2006: 284).

Dalam kasus ini, UII menghadirkan narasumber dari pimpinan universitas, juru bicara tim pencari fakta, dan humas universitas. Yang *available* untuk dihubungi media secara reguler dan incidental adalah tim pencari fakta dan humas universitas.

Untuk pimpinan universitas, mengharuskan informasi di waktu yang sudah dijadwalkan.

Berkaitan dengan narasumber, media memberikan catatan bagi UII yakni kurang cepat, kurang terbuka, dan tidak sesuai dengan bidangnya. Berkaitan dengan kecepatan, pihak media menuturkan bahwa kecepatan respon yang diberikan oleh pihak UII masih belum sesuai dengan kebutuhan media.

Berkaitan dengan kualitas narasumber resmi UII, pihak media berpendapat secara umum konten informasi yang disediakan masih normatif. Pihak media menilai kehadiran pimpinan universitas sudah cukup untuk memberikan informasi mengenai bentuk tanggungjawab kampus. Namun dari segi perkembangan kasus, informasi belum diperoleh. Sedangkan pihak humas dan tim pencari fakta dinilai masih takut-takut dalam membagikan informasi.

Kebutuhan akan informasi dari jajaran pimpinan tertinggi lembaga perguruan tinggi akan membantu aktivitas hubungan media menjadi lebih efektif. Bagi wartawan, pimpinan tertinggi merupakan narasumber yang memiliki Narasumber dari *top management* organisasi memiliki derajat confidence yang sangat tinggi sehingga memenuhi kebutuhan wartawan (Farihanto, 2014).

Terlebih, dalam situasi krisis wartawan mencari informasi dari sumber-sumber resmi organisasi. Itu berarti organisasi harus proaktif dalam menempatkan juru bicara yang memang memahami konteks situasi krisis. Informasi tersebut harus sesuai dengan kebutuhan dari wartawan. Selain itu, wartawan juga membutuhkan kemudahan dalam kontak narasumber, informasi yang cepat, dan transparan (Nurjanah, dkk. 2016; Zoch dan Molleda, 2006).

Kehadiran humas dan tim pencari fakta, bagi media memang sudah cukup untuk memenuhi prinsip cover both side mereka. Tetapi media masih menyuarakan ke-kurang puas-an mereka. Ini karena

pernyataan dari tim pencari fakta dan humas masih dinilai oleh wartawan masih “takut-takut”, kurang terbuka. Bahkan ada penilaian bahwa humas dan tim pencari fakta bukanlah orang yang tepat untuk memberikan pernyataan berkaitan dengan kasus tersebut, karena tidak memahami kondisi riil di lapangan. Karena bukan orang yang tepat, maka kualitas informasi yang disampaikan dinilai hanya normatif saja.

Dalam informasi yang disampaikan, UII secara umum menyampaikan permohonan maaf dan kesiapan kampus untuk membantu menyelesaikan persoalan ini dalam hal proses hukum, kompensasi finansial bagi keluarga korban meninggal dan peserta yang menjalani pemeriksaan, serta pengunduran diri pimpinan kampus sebagai bentuk tanggungjawab.

Namun pernyataan itu baru menjawab kebutuhan informasi berupa tindakan yang dilakukan oleh organisasi guna mengatasi krisis. Padahal, masih ada kebutuhan informasi lain yang dibutuhkan wartawan—dan belum terjawab, yakni : (1) penjelasan mengenai kejadian/apa yang terjadi, (2) siapa yang terlibat dan bertanggungjawab dalam terjadinya krisis, (3) apa dampak krisis bagi masyarakat (Puspitasari, 2016).

Media masih mengeluhkan kualitas informasi yang diberikan humas lembaga. Itu artinya, pihak humas organisasi dituntut menyediakan informasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan wartawan baik dari segi isi mau pun strukturnya. Informasi yang sesuai dengan kebutuhan media adalah yang memenuhi standar nilai berita. Dengan informasi yang sesuai dengan standar nilai berita, maka semakin besar peluang media untuk mempublikasikan informasi tersebut (Partao, 2005, Maha Rani, 2013).

Hal *kedua* dari penyediaan informasi adalah memperhatikan informasi tentang isu serupa dari pihak lain. Salah satu pihak lain tersebut adalah pengacara (Zoch dan Molleda, 2006). Dalam kasus Diksar Mapala UII, ada pihak luar yang menamakan dirina tim investigasi UII yang ditugasi untuk

menjadi pengacara pihak Mapala UII. Pihak lain ini bahkan sampai mengadakan jumpa pers dengan menghadirkan Mapala UII, dan berlangsung di salah satu gedung UII (dalam hal menggunakan fasilitas UII). Dalam jumpa pers tersebut, tidak ada perwakilan dari UII. Beberapa saat setelah jumpa pers, muncul pernyataan dari UII bahwa jumpa pers tersebut bukan acara resmi dari UII (misal baca : Achiel Suyanto Bukan Anggota Tim Investigasi, URL : <http://www.harianjogja.com/baca/2017/01/27/mahasiswa-iii-meninggal-achiel-suyanto-bukan-anggota-tim-investigasi-788277> , diakses 19 Januari 2018. Baca juga : Baca juga : "Pernyataan Mapala UII Tak Pengaruhi Investigasi", URL : [http://krjogja.com/web/news/read/22860/Pernyataan\\_Mapala\\_UII\\_Tak\\_Pengaruhi\\_Investigasi](http://krjogja.com/web/news/read/22860/Pernyataan_Mapala_UII_Tak_Pengaruhi_Investigasi) , diakses 19 Januari 2018 )

Kondisi ini membingungkan kebingungan di kalangan wartawan karena ada dua pihak yang mengatasnamakan UII. Organisasi mungkin bisa saja mengatakan “pihak tersebut tidak resmi”, “di luar tim investigasi”, namun pihak wartawan menilai bahwa situasi ini menunjukkan ada hal yang perlu dibenahi dalam manajemen internal UII dalam pengelolaan komunikasi.

Pihak lain yang juga ingin diwawancarai oleh wartawan adalah Mapala UII sebagai terduga utama (ketika itu) dalam kejadian ini. Melalui Mapala, pihak media ingin mengetahui bagaimana kejadian sebenarnya, bagaimana standar operasional prosedur (SOP) Mapala UII mulai dari pemeriksaan kesehatan calon peserta, surat izin orang tua, dan yang lain-lain. Namun dalam situasi ini, UII menerapkan kebijakan satu pintu, di mana pernyataan resmi hanya dari tim resmi yang dibentuk UII.

Dalam situasi krisis, organisasi memang perlu memberikan perhatian terhadap keberadaan pihak lain. Pasalnya, dalam situasi krisis, organisasi harus memenangi pertarungan wacana di ranah publik. Dalam situasi krisis, “*persepsi dapat diyakini sebagai kebenaran*” (Kriyantono,

2012: 214). Itu sebabnya, sekalipun organisasi memiliki data yang kuat, valid, namun mereka gagal memenangi pertarungan memperebutkan persepsi publik, maka data tersebut akan tidak terlalu berguna.

Hal ketiga dalam hal teknis peliputan, organisasi harus memfasilitasi wartawan dalam proses pencarian informasi di organisasi tersebut (Zoch dan Molleda, 2006). Untuk fasilitas seperti ruang konferensi pers, akses internet selama meliput di kawasan UII, serta kemudahan dalam mengambil gambar di kawasan UII, seluruh informan menyatakan tidak ada persoalan berarti.

Hal yang menjadi sorotan informan adalah kebijakan satu pintu yang dilakukan UII memang menyulitkan kerja wartawan. Seperti dijelaskan di atas, wartawan tidak bisa mengakses ke pihak Mapala UII. Ini menimbulkan kesan UII tidak terbuka.

Menurut Coombs (2006), prinsip keterbukaan dalam komunikasi krisis memang masih bisa diperdebatkan. Pasalnya, ada yang menilai organisasi harus terbuka sepenuhnya (*full disclosure*), memberikan segala informasi pada publik. Namun keterbukaan sepenuhnya dapat membuat organisasi itu berisiko menghadapi kerugian finansial atau tuntutan hukum. Sehingga muncul pendapat lain bahwa organisasi bisa melakukan keterbukaan sebagian (*partial disclosure*) guna menghindari kerugian yang lebih besar. Kebijakan “satu pintu” UII ini merupakan praktek dari keterbukaan sebagian

Salah seorang informan dalam riset ini juga menyatakan ketidaknyamanan dalam meliput. Saat mewawancarai peserta Diksar Mapala UII yang tengah dirawat di rumah sakit, informan tersebut mengatakan merasa dihalang-halangi dalam liputan. Beberapa pertanyaan justru malah dijawab dari pihak humas dan tim investigasi UII yang ada di ruangan yang sama. Informan juga mengatakan bahwa pihak UII berusaha untuk membatasi pertanyaan.

Dari kajian ilmiah sebelumnya, memang ada kesan (dari wartawan) bahwa perguruan tinggi cenderung tertutup, jaga jarak, atau bahkan dalam beberapa situasi menghalangi media dalam tugasnya, ketikah perguruan tinggi tersbut ditimpa isu negatif (Nurjannah, dkk. 2015; Setyanto dan Anggarina, 2015).

Masih berkaitan dengan cara organisasi memfasilitasi liputan, informan khususnya dari media online yang membutuhkan kecepatan menilai bahwa cara UII yang memberikan pernyataan resmi hanya melalui jumpa pers, kurang mendukung kebutuhan media online. Informan media online menyatakan bahwa pihaknya sudah beberapa kali mengirim WhatsApp ke pihak-pihak resmi di UII, namun mendapatkan jawaban “tunggu jumpa pers”.

Meski banyak keluhan, namun sebagian besar informan mengaku dapat memaklumi kebijakan satu pintu. Ini tidak lepas karena hubungan antarlembaga yang baik yang sudah dijalin oleh UII dengan media-media tersebut. Hal ini sesuai dengan konsep yang menyatakan bahwa (humas lembaga) penting untuk mengelola relasi dengan perusahaan media massa dan individu wartawan. Kondisi tersebut memungkinkan bagi media untuk “memprioritaskan” pernyataan dari organisasi (Fil Haq, 2011; Zoch dan Molleda, 2006).

## **KESIMPULAN**

Dalam situasi krisis, sebuah organisasi perlu memperhatikan aktivitas hubungan media, tak terkecuali perguruan tinggi. Dari hasil penelitian, wartawan menilai bahwa kualitas narasumber yang disediakan UII masih belum sesuai harapan. Kebutuhan utama sebenarnya adalah pimpinan tertinggi universitas menjadi narasumber secara reguler. Ini karena pimpinan tertinggi dipandang lebih memiliki kelayakan sebagai narasumber. Humas dan tim pencari fakta

yang menjadi narasumber reguler, sebenarnya sudah cukup baik untuk memenuhi kebutuhan verifikasi fakta cover both side. Namun, karena bukan pimpinan tertinggi, wartawan menilai informasi dari humas dan tim pencari fakta masih normatif.

Kebijakan UII mengatur arus informasi satu pintu dan tidak melayani wawancara di luar jadwal yang sudah ditentukan dinilai menyulitkan kerja media. Terlebih bagi beberapa media yang membutuhkan kecepatan dalam informasi.

Meskipun ada sejumlah kritik dari media, namun pihak media pada prinsipnya dapat memahami keputusan dari UII. Ini disebabkan karena hubungan baik antar lembaga yang sudah terjalin sebelumnya, yakni antara UII dengan media-media tersebut.

Penulis mengucapkan terima kasih, yang pertama kepada narasumber dari media yang telah memberikan izin untuk diwawancarai. Informasi tersebut sangat berguna sebagai masukan kepada lembaga perguruan tinggi, sekaligus bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang kehumasan dan manajemen krisis. Kedua, penulis mengucapkan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya atas dukungannya terhadap penelitian ini. Penulis berharap tulisan ini dapat menambah khazanah dalam kajian manajemen krisis, karena kajian di bidang ini memang masih didominasi kasus-kasus di industri yang berorientasi kepada profit. Belum banyak pembahasan manajemen krisis yang membahas kasus di lembaga pendidikan. Di sisi lain, pembahasan mengenai hubungan media di lembaga pendidikan (perguruan tinggi) memang cukup banyak namun didominasi oleh tema mengenai upaya membangun citra positif perguruan tinggi lewat aktivitas hubungan media.

Tulisan ini memiliki keterbatasan karena narasumber hanya berasal dari satu pihak yakni media. Ini membuat kesimpulan yang ada pun masih bersifat sementara. Oleh

karenanya, di penulis memberikan beberapa usulan untuk penelitian selanjutnya.

Penelitian *pertama* adalah untuk meneliti dari pihak internal organisasi, guna mengetahui apa penyebab dari hal-hal yang masih dirasa kurang oleh wartawan. Pasalnya, kinerja dari manajemen krisis (dan aktivitas kehumasan secara umum) juga dipengaruhi oleh faktor internal organisasi, seperti bagaimana posisi humas secara struktural di organisasi tersebut, apakah memang organisasi tersebut memiliki standar operasional prosedur dalam menghadapi krisis, dan cara pandang pimpinan terhadap aktivitas kehumasan.

Penelitian *kedua* adalah membahas *media relations* perguruan tinggi pasca krisis. Tahapan setelah krisis berlalu sebenarnya tidak kalah penting, karena di sini merupakan momen di mana organisasi harus memulihkan nama baiknya, memperbaiki reputasinya. Aktivasinya pun tidak hanya sebatas penyebaran informasi, namun juga membangun relasi.

Penelitian *ketiga* adalah mengenai pandangan dari pemangku kepentingan (*stakeholder*) lain terhadap aktivitas kehumasan yang dilakukan perguruan tinggi dalam penanganan krisis. Di samping media, ada sejumlah pemangku kepentingan lain yang harus diperhatikan oleh organisasi, misalkan keluarga dari mahasiswa yang menjadi korban, pihak internal (dosen, karyawan, mahasiswa), pihak pemegang otoritas kebijakan pendidikan (pemerintah melalui kementerian terkait) dan lain-lain. Saat krisis terjadi, organisasi perlu menempatkan para *stakeholder* itu sesuai dengan skala prioritas yang tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, R. (2016). "Peran Public Relations Dalam Manajemen Isu di UGM (Studi Kasus Peran Humas UGM dalam Mengelola Isu Relokasi Kantin Humaniora Mandiri UGM)". Master Thesis. Yogyakarta: Pascasarjana Ilmu

- Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada
- Coombs, W.T. (2006) "Crisis Management: A Communicative Approach". Carl H. Botan dan Vincent Hazelton (Editors) *Public Relations Theory II*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Fil-Haq, A. (2011) "Penanganan Krisis Public Relations Melalui Media Relations PT PLN (Persero) APJ Banten Utara. URL : <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=49051&val=4028>, diakses 1 Mei 2017
- Gainey, B.S. (2010) "Educational Crisis Management Practices Tentatively Embrace the New Media" W. Timothy Coombs and Sherry J. Holladay (Editors) *The Handbook of Crisis Communication*. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell
- Iriantara, Y. (2005) *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Kriyantono, R. (2012) *Public Relations & Crisis Management*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Miela Putra, O.W. (2012) "Manajemen Krisis PT Lion Mentari Airlines dalam Menangani Berita-Berita Negatif di Media". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia
- Nurjanah, A.; Widyasari, W.; dan Yulianti, F. (2016) *Public Relations dan Media Relations: Kajian Kritis Budaya Amplop pada Media Relations Institusi Pendidikan Tinggi di Yogyakarta*. URL : <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/1388/PNLT2226.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, diakses 18 November 2017
- Nurudin (2008) *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Partao, Z.A. (2005) "Optimalisasi Fungsi Media Relations untuk Keberhasilan Komunikasi Krisis" *Jurnal Komunikasi*, 2 (1), Maret : 8-21.
- Puspitasari (2016) *Komunikasi Krisis: Strategi Mengeola dan Memenangkan Citra di Mata Publik*. Jakarta: Penerbit Libri
- Setyanto, Y. & Anggarina, P. T. (2015). "Humas pada Perguruan Tinggi Hubungan dengan Media pada Institusi Pendidikan". Aswad Ihsak (Editor), *Komunikasi dan Isu Publik*. Yogyakarta: ASPIKOM, Unika Widya Mandala Surabaya, Univ. Kristen Petra Surabaya, Univ. Muhammadiyah Malang, dan Penerbit Buku Litera.
- Zoch, L.M. dan Molleda, J.C. (2006) "Building a Theoretical Model of Media Relations using Framing, Information Subsidies, and Agenda-Building" Carl H. Botan & Vincent Hazelton (Eds) *Public Relations Theory II*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Jurnal :**
- Farihanto, M.N. (2014) "Teman tapi Mesra Humas dan Wartawan (Studi Kasus Strategi Hubungan Media di Bidang Humas dan Protokoler Universitas Ahmad Dahlan)" *Profetik Jurnal Komunikasi*, 7 (2), Oktober : 53-64
- Hariyanti, P. (2009) "Mencari Solusi Kritis di Tengah Krisis" *Jurnal Komunikasi*, 3 (2), April : 189-198
- Maha Rani, N.L.R. (2013) "Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (1), Juni : 81-95
- Nurjanah, A.; Widyasari, W.; dan Yulianti, F. (2015) "Wartawan dan Budaya Amplop: Budaya Amplop pada Wartawan Pendidikan dalam Kaitannya dengan Media Relations" *Jurnal Informasi*, 45 (1): 15-24
- Lukmantoro, Triyono. Menertawakan Fobia Komunis di Era Reproduksi Digital. *Profetik Jurnal Komunikasi*, No. 10 Vol.1 p.50-71