

IDENTIFIKASI PROGRAM KOMUNIKASI PADA DIVISI MEDIA RELATIONS KEMENTERIAN PERHUBUNGAN REPUBLIK INDONESIA

Yuni Tresnawati

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta

Email : yuni.tresnawati@mercubuana.ac.id

Abstract

The focus of research is the communications and media relations program. The concept used, among others, communications, public relations, public relations and media relations government. The methodology used is qualitative descriptive. Techniques of data collection are interviews with relevant parties. Constructivist paradigm used is the case study method. In this study, researchers consider media relations strategy of the Ministry of Transportation as an interesting and important case to be investigated. Therefore, researchers wanted to know media relations strategy in the case. Research explains that the program communication media relations public relations division Ministry of Transportation, there are 4 steps done by the Center for Public Communication Ministry of Transportation as public relations, in accordance with the strategy Cutlip, Center & Broom namely: Defining the problem (defining the problem). Planning and programming (planning and programming). Perform actions and media relations strategy to support the action taken by the Ministry of Transportation. The communication program includes strategies target audience, messaging strategies include the message as well as the selection of used media relations and media strategy that includes the selection of media used the mass media to disseminate information as well as the determination of a resource. Program evaluation (evaluating the program). This involves an assessment of the results of media relations strategies that have been implemented.

Key words : program communications and media relations .

Abstrak

Fokus penelitian adalah program komunikasi dan media relations. Konsep yang digunakan antara lain adalah komunikasi, public relations, humas pemerintah dan juga media relations. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah wawancara dengan pihak-pihak terkait. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivis dengan metode studi kasus. Dalam penelitian ini, peneliti menganggap strategi media relations Kementerian Perhubungan sebagai suatu kasus yang menarik dan penting untuk diteliti. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui strategi media relations dalam kasus tersebut. Hasil Penelitian menjelaskan bahwa program komunikasi divisi media relations humas Kementerian Perhubungan RI terdapat 4 tahap yang dilakukan oleh Pusat Komunikasi Publik selaku humas Kementerian Perhubungan, sesuai dengan strategi Cutlip, Center & Broom yaitu: Menentukan masalah (*defining the problem*). Perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*). Melakukan tindakan dan Strategi media relations dilakukan untuk mendukung tindakan yang dilakukan oleh Kementerian Perhubungan. Program komunikasi tersebut meliputi strategi khalayak sasaran, strategi pesan yang mencakup isi pesan serta pemilihan bentuk media relations yang digunakan, dan strategi media yang mencakup pemilihan media massa yang digunakan untuk menyebarkan informasi serta penentuan narasumber. Evaluasi program (*evaluating the program*). Tahap ini meliputi penilaian atas hasil dari strategi media relations yang telah dilaksanakan.

Kata kunci : program komunikasi dan media relations.

PENDAHULUAN

Keselamatan dan keamanan merupakan faktor utama dalam industri transportasi. Faktor tersebut menjadi persyaratan yang harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya oleh setiap pelaku usaha transportasi. Dalam hal ini pihak regulator (pemerintah), dan berbagai pihak lain yang terkait menjadi bagian penting.

Namun berbagai insiden maupun kecelakaan di Indonesia masih terjadi

dengan berbagai penyebabnya. Kementerian Perhubungan (Kemenhub) sebagai regulator yang membawahi bidang transportasi dihadapi pada pertanyaan dan tekanan dari publik mengenai implementasi peraturan prosedur transportasi. Berbagai media cetak dan elektronik, mengangkat topik transportasi sebagai isu yang menarik.

Alasan peneliti tertarik untuk mengambil bahan penelitian mengenai Kementerian

Perhubungan dikarenakan banyaknya isu-isu yang diberitakan secara luas oleh media massa dan telah menyita perhatian dari masyarakat mengenai isu keselamatan dan keamanan penerbangan dalam industri penerbangan di Indonesia.

Berbagai kritik terhadap Kementerian Perhubungan yang disampaikan melalui media massa menjadi ancaman terhadap reputasi Kementerian Perhubungan. Media massa mengangkat pemberitaan mengenai kebijakan-kebijakan Kementerian Perhubungan dalam berbagai sudut pandang.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengidentifikasi mengenai program komunikasi pada media relations Kementerian Perhubungan terkait pembenahan regulasi keselamatan transportasi. Media massa memainkan peranan penting dalam publikasi kebijakan Kementerian Perhubungan dan karenanya program komunikasi pada media relations sangat penting dalam menjaga reputasi bagi Kementerian Perhubungan.

Kementerian Perhubungan membutuhkan pers untuk mempublikasikan perkembangan pembangunan sarana dan prasarana transportasi, kebijakan baru kementerian, ataupun pelayanan yang telah dan akan dilakukan. Begitupun sebaliknya dengan pers yang membutuhkan bahan untuk medianya dalam memberikan informasi atau berita kepada khalayak. Namun seringkali hubungan antara organisasi dengan media dan pers bertentangan.

Untuk itu, peneliti tertarik untuk mengidentifikasi program komunikasi pada media relations Kementerian Perhubungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata atau lambing-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang-orang lainnya/khalayak (Carl I, Hovland: 1953).

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkahlaku mereka. Everret

M Rogers. Pengertian komunikasi secara paradigmatis, adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. (Onong: 2000: 3-5).

Humas Pemerintah

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas hubungan masyarakat yang terdapat di instansi pemerintah dengan non-pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public services* atau demi meningkatkan pelayanan umum.

Menurut John D. Millet terdapat beberapa hal dalam humas dinas instansi/ lembaga pemerintahan untuk melaksanakan tugas utamanya, yaitu sebagai berikut: (a) Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat; (b) Kegiatan memberi nasehat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi/ lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya; (c) Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan; (d) Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/ instansi pemerintahan yang bersangkutan.

Fungsi pokok humas pemerintah Indonesia pada dasarnya antara lain sebagai berikut: (a) Mengamankan kebijaksanaan pemerintah; (b) Memberikan pelayanan, dan menyebarkan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasinal kepada masyarakat; (c) 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; (d) Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Program-Program Komunikasi dalam Kegiatan Media Relations

Dalam upaya membina media relations, humas akan melakukan kegiatan-kegiatan yang bersentuhan dengan pers. Menurut Soemirat dan Ardianto, bentuk-bentuk hubungan pers adalah sebagai berikut: (a) Konferensi pers, temu pers, atau jumpa pers; (b) *Press Briefing*; (c) *Press Tour*; (d) *Press Release* atau siaran pers sebagai publisitas; (d) *Special Event*; (e) *Press Luncheon*; (f) Wawancara pers, yaitu sifatnya lebih pribadi, lebih individual. Humas atau top manajemen yang diwawancarai hanya berhadapan dengan jurnalis yang bersangkutan.

Identifikasi Program Komunikasi dalam konteks Media Relation

Identifikasi adalah salah satu cara yang dilakukakn oleh seseorang untuk mengambil ahli ciri-ciri orang lain . Dalam penelitian ini artinya dalah melihat ciri-ciri program komunikasi pada media relations di Kementrian Perhubungan. Secara definisi identifikasi memeiliki tiga pengertian, yaitu tanda kenal atau bukti diri, penentu atau penetapan identitas, dan proses psikologi yang terjadi. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan melihat tanda pengenalan dan penetapan identitas program komunikasi pada *Media Relations* kemudian juga melihat proses terjadinya identifikasi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek keselamatan dan keamanan penerbangan di Indonesia merupakan hal yang sangat penting dalam industri penerbangan yang harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya oleh pemangku kepentingan yang terlibat. Pemberitaan di media massa yang meluas, serta isu-isu seputar kinerja Kementerian Perhubungan pada sektor penerbangan dapat menempatkan Kementerian Perhubungan dalam situasi krisis sehingga harus segera ditangani, salah satunya dengan penerapan program media relations yang tepat.

Dalam memberikan informasi ke media, Kementerian Perhubungan melalui humasnya, Pusat Komunikasi Publik, perlu mengetahui terlebih dahulu fakta-fakta yang

benar di lapangan, baru kemudian dapat menginformasikannya ke media, seperti yang dituturkan oleh Bapak Badrul Ulum:

“Pertama kita harus mengumpulkan fakta-fakta yang ada di lapangan. Pesawat apa, maskapai apa, bagaimana kronologisnya, siapa saja penumpangnya. Kita sendiri harus cari tahu. Itu dulu yang paling penting. Karena jangan sampai apa yang kita sampaikan ke media ternyata salah. Baru setelah itu, isu-isu yang ada di lapangan kita bersihkan. Fakta-fakta kita beberkan melalui jumpa pers, rilis, dan wawancara langsung.

Kementerian Perhubungan sendiri telah memiliki pedoman yang terhimpun dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor KM 63 Tahun 2007 mengenai Tata Cara Tetap Pelaksanaan Komunikasi Publik (Kehumasan) di Lingkungan Departemen Perhubungan. Dalam Tata Cara Tetap Pelaksaaan ini telah diatur ketentuan umum, manajemen dan kegiatan komunikasi publik, tugas & fungsi serta wewenang & tanggung jawab unit komunikasi publik, termasuk di dalamnya pedoman untuk menghadapi suatu peristiwa luar biasa seperti kecelakaan transportasi. Namun diakui oleh Pusat Komunikasi Publik, dalam menghadapi peristiwa besar, terkadang tindakan yang diambil harus dilakukan secara spontan.

Setelah berhasil diketahui fakta-fakta dan informasi secara menyeluruh, Pusat Komunikasi Publik kemudian berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait, seperti Direktorat Jenderal Perhubungan Udara dan Otoritas Bandara Juanda di Surabaya untuk menyeragamkan pola komunikasi sehingga tidak ada perbedaan informasi ke media yang dapat menimbulkan kesimpangsiuran. Hal ini dijelaskan oleh Bapak Badrul Ulum, bahwa divisi media massa sudah memberikan suatu guidance kepada pihak-pihak tertentu yang berwenang memberikan suatu statement tentang itu. Pusat Komunikasi Publik Kementerian Perhubungan selaku humas kementerian kemudian mengambil langkah cepat untuk menjawab kebutuhan informasi bagi media dan publik dengan membentuk

sebuah crisis center di Bandara.

Pusat Komunikasi Publik selaku humas Kementerian Perhubungan harus mengetahui benar, mana fakta yang boleh diungkapkan ke publik, dan mana yang harus ditahan karena terdapat ketentuan-ketentuan yang tidak boleh dilanggar. Karena itu, Pusat Komunikasi Publik juga harus dapat memberikan arahan kepada para petugas humas dari pihak-pihak terkait mengenai informasi mana yang terbuka untuk publik, dan informasi mana yang tertutup untuk publik. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Badrul Ulum:

“Dalam memberikan informasi, kalau dilakukan oleh orang-orang yang tidak biasa, nanti sulit. Bukan sulit saja. Mungkin bisa jadi salah. Pertama, kita harus memberikan garis besar kepada semua yang terlibat dalam crisis center itu. Bagaimana memberikan informasinya. Misalnya mengatur pemberitahuan tentang nama-nama korban. Kapan nama-nama tersebut boleh dirilis kepada publik dan segala macamnya. Karena itu ada ketentuannya, Jadi ada ketentuan-ketentuan yang harus disampaikan ke petugas yang nantinya akan bekerja di crisis center.”

Pelaksanaan media relations dituangkan dalam bentuk press release, press conference, dan press tour seperti yang diungkapkan oleh Kepala Sub Bidang Media Massa, Bapak Badrul Ulum

Dengan bentuk-bentuk media relations tersebut, diharapkan wartawan mendapat informasi yang mereka butuhkan dan begitu pula sebaliknya, Kementerian Perhubungan dapat mempublikasikan informasi maupun penanganan kejadian dengan baik kepada publik.

Selain melalui bentuk-bentuk *media relations* di atas, Pusat Komunikasi Publik juga memanfaatkan media chatting seperti *whatsapp* group atau *BBM* group untuk memberikan informasi secara cepat. Hal ini dituturkan oleh Bapak Badrul Ulum sebagai berikut:

“Kami juga berkomunikasi dengan wartawan lewat grup whatsapp dan grup

BBM. Kami memanfaatkannya kalau ada hal-hal yang perlu disosialisasikan cepat atau perlu bantuan cepat. Itu biasanya dengan Forwahub, yang biasa sehari-harinya meliput berita di Kementerian Perhubungan”

Forum Wartawan Perhubungan atau Forwahub merupakan wadah bagi wartawan yang aktif meliput berita di Kementerian Perhubungan. Forum tersebut dibentuk oleh wartawan untuk memudahkan mereka dalam mencari informasi seputar transportasi di Kementerian Perhubungan. Adanya forum tersebut turut mendukung kegiatan media relations yang dilakukan oleh Kementerian Perhubungan. Hal ini berdasarkan keterangan dari Bapak Badrul Ulum yang menyatakan sebagai berikut:

“forum ini tidak difasilitasi oleh Kementerian Perhubungan ataupun Pusat Komunikasi Publik dan merupakan bentukan dari wartawan sendiri untuk memudahkan mereka dalam mencari informasi. Begitupun sebaliknya, adanya forum ini juga memudahkan Pusat Komunikasi Publik untuk menyebar informasi secara cepat”

Pemilihan media massa yang digunakan untuk mempublikasikan informasi dari Kementerian Perhubungan saat itu pada dasarnya tidak memiliki kriteria khusus. Semua media massa yang relevan sedapat mungkin dilibatkan dan diperlakukan sama.

Dalam hal penentuan narasumber, bukan hanya Kepala Pusat Komunikasi Publik sebagai Juru Bicara Kementerian Perhubungan yang dapat mengeluarkan pernyataan. Tetapi juga pejabat teknis terkait, dalam hal ini Direktur Jenderal Perhubungan Udara. Hal tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa hal-hal yang bersifat teknis dan detail harus dapat dijelaskan secara tepat dan itu sebaiknya dilakukan oleh pejabat teknis.

Evaluasi pelaksanaan strategi media relations yang dilakukan oleh Pusat Komunikasi Publik berjalan secara simultan. Dengan demikian, kendala yang ditemui pada awal pelaksanaan setidaknya dapat diminimalisir di

akhir pelaksanaan. Sementara itu, pelaksanaan *media relations* cukup mendapat apresiasi dari wartawan yang meliput di Kementerian Perhubungan, seperti yang diungkapkan oleh wartawan Harian Bisnis Indonesia, Bapak Noviarizal Fernandez (Rizal):

“Menurut saya secara normatif Kemenhub sudah memberi informasi yang cukup dengan pernyataan awal tentang peristiwa atau isu-isu yang terjadi. Umumnya publik ingin mengetahui tentang penyebab terjadinya. Saya rasa Kemenhub mengikuti pedoman kehumasan “

Sementara itu bagi para wartawan, Kepala Pusat Komunikasi Publik selaku humas dari Kementerian Perhubungan, telah diakui sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya, seperti yang dikatakan oleh Bapak Rizal:

“pikiran pertama saya adalah menghubungi pihak Kemenhub. Tapi menghubungi siapa, pilihan saya jatuh ke Kapuskom karena beliau memang corong dari Kemenhub dan cenderung mudah dihubungi. Otomatis karena dia didapuk sebagai Kepala Pusat Komunikasi Publik, beliau adalah sumber informasi yang terpercaya”

Meskipun demikian, pelaksanaan *media relations* tersebut bukanlah tanpa kendala. Salah satu kendala itu berupa narasumber yang kurang sesuai dengan harapan wartawan. Seperti yang dirasakan oleh Bapak Rizal dalam penjelasan berikut ini:

“waktu itu benar-benar sedang krisis ya, kami membutuhkan informasi dan pernyataan dari top manajemen, dalam hal ini menteri ya. Kami butuh informasi secepat dan sejelas mungkin, meskipun pernyataan itu mungkin belum dapat sampai ada kesimpulan. Tapi bobot pernyataan itu akan bernilai tinggi karena dia adalah menteri. Beberapa kali waktu itu memang beliau tidak muncul dan tidak dapat dihubungi. Sehingga beberapa kali berita-berita yang kami buat hanya bersumber dari Kapuskom atau Plt Dirjen Perhubungan Udara pada saat itu”

Keengganan pejabat teknis untuk menjadi narasumber bagi media dan wartawan juga diakui oleh Bapak Badrul Ulum. Kecemasan pejabat untuk menjawab pertanyaan wartawan menjadi alasan bagi mereka menghindari wartawan, seperti yang dinyatakan oleh Bapak Badrul Ulum:

“Waktu itu kan pada menghindar. Karena image-nya di mereka itu kan kalau ketemu wartawan, jawab pertanyaan yang neyeleneh-nyeleneh lah, kadang menghakimi, itu yang mereka hindari. Di satu sisi, itu mungkin yang harus diubah. Artinya kemampuan untuk speech di media itu harus dilatih terus.”

Selain permasalahan pada narasumber, terdapat kendala berupa materi informasi yang ditanyakan oleh wartawan, namun Kementerian Perhubungan tidak dapat memberikannya karena informasi tersebut tidak berada dalam ranah Kementerian Perhubungan. Keterbatasan Pusat Komunikasi Publik dalam memberikan informasi tersebut diterjemahkan wartawan sebagai suatu kekurangan, yaitu kurang update-nya Kementerian Perhubungan dalam memberi informasi ke media dan pers, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Rizal berikut ini:

“Kami dari sisi media membutuhkan update-update setiap harinya. Itu belum tercukupi. Mungkin karena ada proses-proses yang harus dilalui di internal Kemenhub, itu jadi sedikit lambat”

Bapak Badrul Ulum sendiri menilai, pelaksanaan *media relations* pada saat itu memiliki banyak kekurangan. Di antaranya adalah kesimpangsiuran dalam menentukan narasumber antar instansi pemerintah sebelum akhirnya dapat ditentukan dan disepakati.

Walau dengan adanya kendala-kendala seperti yang telah disebutkan kegiatan *media relations* tidak lepas dari upaya membangun *media relations* yang selama ini dilakukan oleh Pusat Komunikasi Publik. Upaya membangun *media relations* selama ini dilaksanakan oleh Pusat Komunikasi Publik melalui Sub Bidang Media Massa yang dikepalai oleh Bapak Badrul Ulum.

Perencanaan program *media relations*

dilakukan untuk satu tahun anggaran dengan program-program berupa *Press Background*, *Press Gathering*, pembuatan *Press Release*, *Press Conference*, *Press Tour*, dan *Press*

Luncheon seperti yang terangkum pada tabel di bawah ini sesuai dengan data yang peneliti dapatkan dari Pusat Komunikasi Publik:

Table 1. Kegiatan Media relations Pusat Komunikasi Publik Kementerian Perhubungan

| No | Nama Kegiatan | Bentuk kegiatan | Pelaksanaan |
|----|--|---|-------------|
| 1. | Press Background | Pertemuan dengan media dan wartawan untuk memberikan background suatu kebijakan, peraturan, atau program baru Kementerian Perhubungan | 15 kali |
| 2. | Pertemuan Rutin Stakeholder | Pertemuan rutin yang melibatkan berbagai stakeholder perhubungan dari berbagai kalangan masyarakat dalam bentuk diskusi panel | 9 kali |
| 3. | Optimalisasi Pemanfaatan Rubrik dan Program Media Massa dengan Pemuatan Substansi Perhubungan | Kegiatan komunikasi public berupa dialog yang bertujuan agar masyarakat/publik mendapatkan informasi yang proporsional dan tidak sepihak menurut versi/setting dari media massa sehingga akan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang benar tentang transportasi. | 7 kali |
| 4. | Peliputan Kegiatan Publikasi Dampak Kebijakan Perhubungan di Daerah Melalui Pemberitaan (Press Tour) | Kegiatan kunjungan ke daerah dengan melibatkan kalangan pers/media massa untuk melihat secara langsung dampak kebijakan Sektor serta melengkapi pengetahuan dan pemahaman yang telah dimiliki kalangan pers/media massa tentang segala kebijakan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perhubungan. | 20 kali |
| 5. | Lokakarya untuk Pers / Media Massa | Kegiatan gathering dengan wartawan media massa untuk mempererat hubungan baik | 1 kali |
| 6. | Penyampaian Informasi Kinerja Tahunan Kementerian Perhubungan | Penyampaian informasi mengenai kinerja tahunan Kementerian Perhubungan kepada kalangan pers/media massa yang dilakukan secara langsung oleh jajaran Pimpinan Kementerian Perhubungan | 1 kali |
| 7. | Siaran Pers | Penyampaian berita mengenai beragam kebijakan/program/kegiatan ataupun pencapaian kinerja di bidang transportasi yang bersifat terkini di lingkungan Kementerian Perhubungan kepada kalangan pers/media massa. | 12 kali |

Bapak Badrul Ulum secara singkat menerangkan salah satu program *media relations*-nya yaitu *press background*. *Press background* berbentuk pertemuan rutin yang diselenggarakan untuk memberi gambaran atau background atas kebijakan-kebijakan atau program-program baru Kementerian Perhubungan pada media dan wartawan agar wartawan memiliki pemahaman baik akan kebijakan Kementerian Perhubungan terutama saat membuat berita sesuai dengan tema *press background*. Berikut penjelasan dari Bapak Badrul Ulum:

"Kami di Puskom itu memiliki program

salah satunya press background. Press background itu adalah pertemuan rutin yang diberikan kepada media oleh puskom, dalam rangka membangun hubungan baik. Setahun itu bisa 12 kali dan rutin. Kejadiannya yaitu memberikan background sebuah kebijakan atau program kepada media, misalnya adanya peraturan baru. Kenapa peraturan baru itu musti dibuat? Filosofinya apa? Tujuannya apa? Nah itu yang kemudian kita ajak temen-temen wartawan bertemu langsung dengan narasumber yang memang menguasai hal itu. Supaya

apa? Supaya mereka itu tahu, ketika harus meliputi tentang peraturan A misalnya, mereka sudah mengerti. Tapi itu sebenarnya dalam rangka membangun hubungan baik dengan mereka juga. Itu salah satu strateginya”

Menurut Bapak Badrul Ulum, *media relations* yang dibinanya didasarkan pada *human relations* dengan mengutamakan hubungan simbiosis mutualisme (saling menguntungkan) dimana Kementerian Perhubungan memberikan informasi atau bahan berita kepada media dan wartawan, sementara media mempublikasikan kebijakan atau kegiatan yang baik yang dilakukan Kementerian Perhubungan. Untuk itu, perlu disiapkan petugas humas yang memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, baik lisan maupun tulisan.

Selain program-program *media relations* yang bersifat formal, terdapat juga program yang bersifat informal. Seperti grup bersepeda santai bersama rekan-rekan wartawan dan humas stakeholder Kementerian Perhubungan. Strategi ini dimaksudkan untuk mendekatkan diri dengan wartawan dalam suasana santai yang penuh keakraban, dan bukan hanya hubungan kerja semata.

Atas kegiatan-kegiatan *media relations*, baik formal maupun informal yang diselenggarakan oleh Pusat Komunikasi Publik, wartawan menyambut baik dan memberikan apresiasi. Menurut Bapak Rizal, kegiatan tersebut selain mendekatkan wartawan dengan pihak Kementerian Perhubungan, juga membantu wartawan dalam mencari bahan berita yang baik:

“Menurut saya sudah cukup bagus, pertama memang mendekatkan puskom dan Kementerian Perhubungan kepada media. Kedua karena ada kegiatan yang bersifat santai jadi kita bisa lebih akrab lagi, ketiga, kegiatan seperti gathering itu bisa kita manfaatkan sebagai momen untuk mencari berita karena kegiatan itu biasanya mengundang direktur-direktur atau para eselon dua yang bisa kita jadikan sebagai narasumber. Mungkin lebih bagus lagi kalau acara-acara seperti itu melibatkan lebih banyak media”

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap narasumber serta data-data pendukung yang peneliti peroleh, maka dapat mengidentifikasi bagaimana proses program komunikasi pada media relations Kementerian Perhubungan.

Dalam komunikasi terdapat empat tujuan atau motif komunikasi. Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dalam penelitian ini komunikasi menyangkut penemuan diri Sub Bidang Media Massa, yaitu bagaimana bias memahami para awak media massa sehingga dapat berkomunikasi dengan baik.

Kedua, yaitu salah satu motivasi yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain (membina dan memelihara hubungan dengan orang lain). Dalam hal ini Sub Bidang Media Massa harus memiliki motivasi yang kuat untuk membina dan memelihara hubungan dengan awak media massa.

Ketiga untuk meyakinkan Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Saat ini, media massa sangat berperan dalam membentuk opini *public*, sehingga Kementerian Perhubungan sebagai lembaga pemerintahan harus dapat mengelola opini publik yang berasal dari media massa dengan baik.

Dan keempat untuk bermain Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Demikian pula banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain. Adakalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain. Hal ini dilakukan oleh Sub Bidang Media Massa, dengan mengadakan gathering dengan media massa. Hal ini diperlukan, walaupun kondisi lembaga sedang baik. Kegiatan ini dilakukan untuk membina hubungan dengan media massa.

Tahapan program komunikasi secara sederhana dimulai dari pencarian fakta dan

data, perencanaan dan pengorganisasian, tindakan komunikasi yang diambil, hingga kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi media relation tersebut.

Humas Kementerian Perhubungan telah memiliki pedoman yang disebut Tata Cara Tetap Pelaksanaan Komunikasi Publik (Kehumasan), namun oleh Pusat Komunikasi Publik, pedoman ini belum diterjemahkan dalam suatu rencana aksi yang terstruktur. Penerapan suatu program komunikasi, meski telah berdasarkan aturan dalam pedoman tersebut, namun juga dijalankan berdasarkan pengalaman dari peristiwa-peristiwa yang telah lalu.

Langkah pertama dilaksanakan Kementerian Perhubungan melalui humasnya, Pusat Komunikasi Publik, yaitu melakukan pencarian fakta dan data-data yang diperlukan meliputi data pesawat dan kronologis kejadian. Informasi dan data yang didapat ini kemudian dijadikan dasar bagi tindakan Kementerian Perhubungan selanjutnya dan juga untuk dibagikan kembali dengan rekan-rekan wartawan yang membutuhkan informasi resmi dari instansi pemerintah.

Pencarian informasi dan data ini sangat penting untuk dilakukan secara cepat dan akurat, karena Kementerian Perhubungan merupakan instansi pemerintahan yang membawahi bidang transportasi sehingga menjadi salah satu sumber informasi utama yang dicari wartawan pada saat terjadi kecelakaan transportasi.

Langkah selanjutnya yaitu perencanaan dan penyusunan program. Informasi data yang diperoleh dari langkah sebelumnya digunakan untuk menyusun program, tindakan, dan program komunikasi. Pada Pusat Komunikasi Publik, langkah ini dilaksanakan dengan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait, seperti Direktorat Jenderal Perhubungan Udara dan Otoritas Bandara untuk menyeragamkan pola komunikasi sehingga tidak ada perbedaan informasi ke media yang dapat menimbulkan kesimpangsiuran. Hal ini sangat penting dilakukan karena menyangkut kredibilitas Kementerian Perhubungan selaku sumber informasi. Peneliti berpendapat, langkah yang dilakukan oleh Pusat Komunikasi Publik sangat

tepat dilakukan, yaitu menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama. Hal yang sama juga dilakukan pada saat Pusat Komunikasi Publik menginisiasi pembentukan crisis center.

Dengan demikian, rencana strategis yang disusun oleh Pusat Komunikasi Publik adalah menyampaikan pernyataan atau informasi secepat dan seakurat mungkin ke media. Tujuan yang ingin dicapai dari program komunikasi ini yaitu untuk menghindari spekulasi atau isu yang bercampur dengan fakta. Sebagai strategi taktis, Pusat Komunikasi Publik melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait serta menyeragamkan pola komunikasi yang akan dikeluarkan ke publik.

Dengan menjalankan program komunikasi *media relations*, maka Pusat Komunikasi Publik berperan sebagai teknisi komunikasi (*communication technician*) yang menyediakan layanan informasi bagi publik melalui media massa. Layanan informasi ini selain sebagai sumber informasi atau narasumber, namun juga menyediakan dokumen yang lengkap, rapi, dan resmi untuk keperluan media dan wartawan.

Pusat Komunikasi Publik telah membangun hubungan dengan media massa selama bertahun-tahun dengan program-program kehumasan khususnya media relations seperti yang telah dtuangkan pada hasil penelitian. Hubungan dengan media yang telah terjalin dengan baik akan membantu pelaksanaan media relations

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti dapatkan, ditemukan berbagai kendala dalam pelaksanaan komunikasi Kementerian Perhubungan. Diantaranya, wartawan menganggap Kementerian Perhubungan, dalam hal ini Pusat Komunikasi Publik belum memenuhi harapan wartawan perihal keterbaruan berita maupun narasumber. Pada aspek narasumber seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, wartawan mengeluhkan sulitnya menghubungi pejabat teknis atau mendapatkan pernyataan dari top manajemen yaitu Menteri Perhubungan. Walau solusi pada saat itu adalah Kepala Pusat Komunikasi Publik yang menjadi narasumber, namun tetap dirasakan bukan solusi yang terbaik bagi wartawan.

Peneliti berpendapat kurangnya kemampuan komunikasi pejabat teknis terkait dalam menghadapi media dan wartawan merupakan kelemahan besar. Padahal keharusan pejabat teknis terkait menjadi narasumber dalam situasi krisis telah diatur dalam Tata Cara Tetap Pelaksanaan Komunikasi Publik (Kehumasan).

Keterbatasan informasi dan permasalahan narasumber menyebabkan media mencari sumber informasi lain seperti pengamat dan memberikan berbagai sudut pandang baru termasuk menyoroiti permasalahan penerbangan di Indonesia. Sehingga kuantitas pemberitaan yang besar serta intensitas isu yang berkembang membuat Kementerian Perhubungan memasuki tahap krisis yang kedua, yaitu tahap akut. Kementerian Perhubungan berusaha meredam krisis dengan melakukan pembenahan-pembenahan di sektor penerbangan, termasuk di antaranya memutasi pejabat yang bertanggung jawab dalam mengizinkan penerbangan naas AirAsia tersebut. Upaya melakukan perubahan kebijakan dan struktural ini menandakan Kementerian Perhubungan memasuki tahap kronis.

Dalam melakukan media relations sendiri, selain mengedepankan Juru Bicara yaitu Kepala Pusat Komunikasi Publik, Kementerian Perhubungan juga mengedepankan Staf Khusus Bidang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) untuk menyampaikan informasi. Walaupun pada awalnya wartawan memandang hal ini sebagai suatu permasalahan dalam internal birokrasi Kementerian Perhubungan, namun keterlibatan Staf Khusus Bidang KIP ternyata mampu melengkapi kebutuhan informasi bagi wartawan.

Peneliti mendapati, walaupun ada hal-hal yang Pusat Komunikasi Publik belum dapat memenuhi harapan wartawan, wartawan yang peneliti wawancarai menyatakan tetap merasa puas dengan pelayanan informasi yang dilakukan oleh Pusat Komunikasi Publik. Peneliti berpendapat hal tersebut sedikit banyak dipengaruhi dari upaya membangun media relations yang Pusat Komunikasi Publik lakukan selama ini. Peneliti dapat

melihat bahwa para wartawan menaruh rasa hormat yang besar pada sosok Kepala Pusat Komunikasi Publik dan pada Kementerian Perhubungan sendiri, terlepas dari kendala dan kekurangan selama masa krisis yang dialami Kementerian Perhubungan.

Kendala-kendala tersebut pun disadari dan diakui oleh pihak Pusat Komunikasi Publik karena evaluasi bukan hanya dilakukan di akhir, namun juga dilakukan sepanjang pelaksanaan program komunikasi media relations. Dengan kata lain, evaluasi dilaksanakan secara simultan. Namun evaluasi ini hanya dituangkan secara lisan atau informal, tidak tercatat adanya evaluasi formal yang dapat menjadi referensi untuk pelaksanaan media relations di masa mendatang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

- a. Pada program komunikasi media relations humas Kementerian Perhubungan terdapat 4 tahap yang dilakukan oleh Pusat Komunikasi Publik selaku humas Kementerian Perhubungan, sesuai dengan strategi *Cutlip, Center & Broom* yaitu:
 - 1) Menentukan masalah (*defining the problem*). Tahap ini meliputi pencarian fakta dan informasi
 - 2) Perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*). Tahap ini meliputi perumusan strategi humas Kementerian Perhubungan, yaitu Pusat Komunikasi Publik dalam menghadapi peristiwa dan isu. Rencana strategis tersebut yaitu menyampaikan pernyataan atau informasi secepat dan seakurat mungkin ke media dengan tujuan menghindari spekulasi atau isu yang bercampur dengan fakta. Sebagai program komunikasi taktis, maka dilakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait serta menyeragamkan pola komunikasi yang akan dikeluarkan ke publik.
 - 3) Melakukan tindakan dan komunikasi (*taking action and communicating*). Tahap ini meliputi strategi tindakan dan strategi komunikasi (*media relations*). Strategi media relations dilakukan untuk

mendukung tindakan yang dilakukan oleh Kementerian Perhubungan. Program komunikasi tersebut meliputi strategi khalayak sasaran, strategi pesan yang mencakup isi pesan serta pemilihan bentuk media relations yang digunakan, dan strategi media yang mencakup pemilihan media massa yang digunakan untuk menyebarkan informasi serta penentuan narasumber.

- 4) Evaluasi program (*evaluating the program*). Tahap ini meliputi penilaian atas hasil dari strategi media relations yang telah dilaksanakan.
- b. Dalam menghadapi peristiwa atau isu, Pusat Komunikasi Publik sebagai humas Kementerian Perhubungan memiliki peran sebagai teknisi komunikasi (*communications technician*) yang menyediakan layanan informasi bagi publik melalui media massa. Sedangkan fungsi dari Pusat Komunikasi Publik adalah sebagai penunjang bagi aktivitas manajemen untuk mencapai tujuan bersama.
- c. Pada pelaksanaan program komunikasi tersebut, terdapat kendala dan kelemahan yang dihadapi, yang membuat penerapan *media relations* menjadi kurang maksimal. Kendala dan kelemahan tersebut adalah sebagai berikut:
- 1) Tidak ada perumusan rencana aksi yang terstruktur dalam menjalankan suatu strategi. Strategi dijalankan secara spontan berdasarkan pengalaman dari pejabat humas;
 - 2) Pejabat teknis yang berwenang dalam memberikan informasi ke publik belum memiliki kemampuan berkomunikasi yang cukup maupun pengalaman menghadapi awak media;
 - 3) Terdapat keterbatasan Kementerian Perhubungan dalam memberikan informasi terbuka pada publik sehingga ada anggapan dari para wartawan bahwa Kementerian Perhubungan kurang cepat dalam memperbarui (*update*) berita;
 - 4) Evaluasi pelaksanaan strategi dilakukan secara informal dan belum secara formal.

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

- a. Saran akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi terhadap ilmu kehumasan mengenai program komunikasi pada *media relations* serta menjadi bahan referensi bagi penerapan program komunikasi *media relations* selanjutnya.
- b. Saran praktis
 - 1) Kementerian Perhubungan melalui Pusat Komunikasi dapat membuat rumusan program komunikasi humas dan rencana aksi yang dapat digunakan secara praktis dan disepakati semua pihak bilamana menghadapi isu di kemudian hari. Secara sederhana, rumusan tersebut dapat meliputi identifikasi isu krisis, pembentukan tim, dan rencana aksi yang terbagi dalam tahapan-tahapan program komunikasi humas termasuk media relations;
 - 2) Menyelenggarakan program pelatihan kehumasan khusus bagi pejabat-pejabat teknis yang berwenang memberikan pernyataan kepada publik agar dapat menangani kebutuhan media dengan tepat, efektif, dan efisien;
 - 3) Kementerian Perhubungan sebaiknya memberikan pemahaman yang jelas, kalau perlu dilakukan berulang, atas tugas dan fungsi pokok Kementerian Perhubungan kepada awak media untuk mengedukasi media sekaligus publik atas kewenangan yang dimiliki oleh Kementerian Perhubungan baik secara lisan maupun tulisan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan melibatkan lebih banyak media lagi pada proses pembangunan media relations yang telah berjalan pada saat ini;
 - 4) Kementerian Perhubungan sebaiknya dapat memberikan pemahaman kepada awak media atas kredibilitas narasumber-narasumber Kementerian Perhubungan. Bilamana terjadi permasalahan internal Kementerian Perhubungan terkait penentuan narasumber atau juru bicara, pastikan awal media tidak mencium

hal tersebut karena dikhawatirkan akan menimbulkan krisis baru;

- 5) Sebaiknya Kementerian Perhubungan melakukan evaluasi penerapan strategi *media relations* secara formal. Contohnya dengan mengadakan rapat evaluasi yang melibatkan pejabat internal serta para stakeholder Kementerian Perhubungan termasuk media dalam rangka menyerap aspirasi serta masukan positif bagi pelaksanaan strategi *media relations* selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Center & Broom, (2009). *Effective Public Relations*, edisi terjemahan, Jakarta, Prenada Media Group.
- Firsan Nova, (2009) *Bagaimana PR Menangani Crisis Perusahaan* : Grasindo
- Jefkins, Frank, (2004) *Public Relations* (edisi Terjemahan oleh Daniel Yadin) , Jakarta, Erlangga.
- Kasali, Rhenald, (2008) *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta, Grafiti.
- Mulyana, Dedi, (2000) *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, Bandung, Rosdakarya,
- Onong Uchjana Effendy, (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumira, Soleh & Elvinaro, (2010) *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung, Risdakarya.