

Peran Public Relations dalam Manajemen Isu The Role of Public Relations in Management Issues

¹Berliana Endah Fajariana, ²Dadan Mulyana

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

Email: ¹befajariana@gmail.com, ²dadanmulyana95@yahoo.com

Abstract. Issue is information which is expected to have implications for organization, because can affect public perceptions. Issues must be settled by taking decisions that not sustainable to the crisis. Summarecon Bandung as one of largest property developer in Bandung, usually get issues of complaints from public through media, mass media and social media. Therefore need to do management issues. The change was made to identify the environmental dynamics and expectations of the public over the existence and performance of the company in the environment in order to have a positive impact. Public Relations (PR) is the most important elements in communication between organization and their public. PR Summarecon Bandung which serves as communicator, manage relationship, management back up, and good image maker be an active role when addressing issues that occur in the media. In this research, the results obtained is an understanding of the role of Public Relations through what things are done by PR Summarecon Bandung in addressing the complaints of the public through issue management.

Keywords: Summarecon Bandung, Issue Management, Public Relation

Abstrak. Isu merupakan informasi yang berpeluang menimbulkan dampak bagi suatu organisasi karena dapat mempengaruhi persepsi publik. Isu harus dapat terselesaikan dengan pengambilan keputusan yang tepat agar tidak berkelanjutan hingga sampai pada krisis. Summarecon Bandung sebagai salah satu pengembang property terbesar di Kota Bandung ini pun kerap dilanda berbagai macam isu dari keluhan masyarakat melalui media, baik media massa dan media sosial. Maka dari itu perlu dilakukannya manajemen isu sebagai upaya mengelola perubahan. Perubahan itu dilakukan guna mengidentifikasi dinamika lingkungan dan harapan dari publik atas keberadaan dan kinerja perusahaan di lingkungan tersebut agar berdampak positif. Public Relations (PR) merupakan elemen penting dalam komunikasi antara perusahaan dan publiknya. PR Summarecon Bandung yang berfungsi sebagai communicator, manage relationship, management back up, dan good image maker berperan aktif ketika mengatasi isu yang terjadi di media. Dalam penelitian ini, hasil yang didapatkan adalah suatu pemahaman mengenai peran Public Relations melalui hal-hal apa saja yang dilakukan oleh PR Summarecon Bandung dalam mengatasi keluhan-keluhan masyarakat melalui manajemen isu. between action (action) against Le Minerale ads with brand awareness medium category.

Kata Kunci: Summarecon Bandung, Manajemen Isu, Public Relations

A. Pendahuluan

Summarecon Bandung merupakan unit unggulan PT. Summarecon Agung Tbk. yang bertempat di Gedebage Bandung Timur untuk menunjang program pemerintahan Kota Bandung sebagai Bandung Teknopolis. Summarecon Bandung melakukan pembangunan sejak November 2014. Sejak masa pembangunan tersebut, dari waktu ke waktu, Summarecon Bandung telah menghadapi berbagai permasalahan dari keluhan warga Bandung Timur khususnya, dan Kota Bandung Umumnya.

Pada masa pembangunan selama periode Januari – April 2017 ini, Summarecon Bandung yang ditangani langsung oleh Departemen Public Relations (PR) nya menangani beberapa keluhan dari warga melalui media. Keluhan tersebut menimbulkan adanya isu. Isu tersebut tersebar di media sosial dan media massa. Keluhan yang timbul berupa kemacetan, banjir, tanah urugan, hingga jalan rusak yang mereka duga diakibatkan oleh pembangunan Summarecon Bandung. Dari adanya keluhan-keluhan masyarakat yang tersebar di media tersebut menyebabkan isu yang jika tidak ditangani akan memicu adanya kesalahpahaman lebih luas. Dari isu tersebut dapat memicu

timbulnya konflik. Dan bila berkepanjangan konflik tersebut dapat berujung pada krisis yang akan membuat citra perusahaan menjadi buruk.

Dari sanalah penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai hal-hal apa saja yang dilakukan oleh PR Summarecon Bandung dalam mengatasi keluhan-keluhan masyarakat. Maka dengan itu penulis tertarik untuk meneliti “bagaimana peran public relations summarecon bandung dalam manajemen isu pada keluhan masyarakat di media?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

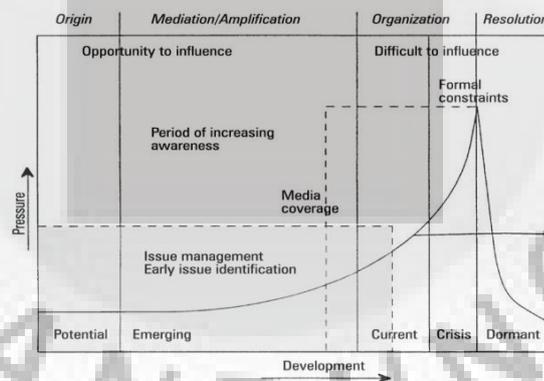
1. Untuk Mengetahui Strategi PR Summarecon Bandung Dalam Manajemen Isu.
2. Untuk Mengetahui Pendekatan Yang Dilakukan PR Summarecon Bandung Dalam Manajemen Isu.
3. Untuk Mengetahui Hambatan Yang Dialami PR Summarecon Bandung Dalam Manajemen Isu.
4. Untuk Mengetahui Evaluasi Yang Dilakukan PR Summarecon Bandung Dalam Manajemen Isu.

B. Landasan Teori

Menurut Nova (2014:158) isu adalah peristiwa yang terjadi di luar kendali perusahaan, yang berdampak pada tujuan strategis perusahaan, *core business*-nya, dan keberadaan perusahaan yang mungkin memerlukan respons tertentu dari perusahaan.

Harrison (2008: 553-444) menyebutkan empat tahap perkembangan isu yaitu:

1. Tahap 1 Origin (*Potential Stage*)
2. Tahap 2 *Mediation & Amplifications (Emerging Stage)*
3. Tahap 3 *Organization (Current Stage & Critical Stage)*
4. Tahap 4 *Resolution (Dormant Stage)*



Gambar 1. Tahapan Isu (*Issue Life-cycle*)

Sumber: Regester & Larkin 2008

Menurut Coates, Coates, Jarrat dan Heinz (Gaunt & Ollenburger, 1995: 2; Miller, 1999:5) manajemen isu adalah aktivitas yang di organisasi (dalam suatu organisasi) untuk mengidentifikasi munculnya kecenderungan-kecenderungan (situasi) atau isu-isu yang dimungkinkan (diprediksi) memengaruhi aktivitas organisasi dalam beberapa tahun kedepan (termasuk dalam jangka pendek) dan membangun strategi organisasi untuk meresponsnya, pada masa lalu, banyak organisasi yang terlambat dalam mengidentifikasi dan merespon isu, bahkan kebanyakan responsnya lebih bersifat reaktif (bukan preventif/ proaktif) (dalam Kriyantono, 2015:175).

Ada lima tahap manajemen isu menurut Chase & Jones (dalam Kriyantono 2015: 181):

1. Mengidentifikasi Isu
2. Melakukan Evaluasi dan Analisis Isu-isu yang Ditemukan

3. Merumuskan Program-program yang Dapat Dilakukan Organisasinya untuk Merespons Isu Tersebut Termasuk Merumuskan Strategi-strategi Alternatif untuk Mengubah Isu
4. Pelaksanaan Program (*Issue Action Program*)
5. Mengukur (*Evaluation*) Apakah Program-program Tersebut Berjalan Sesuai Tujuan-tujuan Organisasi

Public Relations menurut Bonham adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik secara lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi/ badan (dalam Yulianita, 2007:27). Menurut Frank Jefkins *Public Relations* merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke luar maupun ke dalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian. (Yulianita, 2007:33).

Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* berperan dalam manajemen isu suatu perusahaan. Hal ini dilakukan dengan adanya proses manajemen isu yang dilakukan oleh PR Summarecon Bandung dalam menyelesaikan permasalahan isu yang beredar di masyarakat melalui media.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi

Untuk mengetahui strategi PR Summarecon Bandung dalam manajemen isu adalah dengan *monitoring, mapping, analisa, koordinasi, dan eksekusi strategi*. Dalam pelaksanaan strategi tersebut PR Summarecon memulainya dari pencarian data dengan monitoring. Setelah itu dilakukan mapping untuk memilih isu mana yang harus dapat diprioritaskan agar setelahnya dapat di olah dalam tahap analisa. Analisa adalah tahap yang paling terperinci karena di dalamnya terdapat proses terperinci mengenai isu yang ada, dari mulai darimana isu tersebut muncul, siapa yang mengemukakannya. Setelah dilakukan analisa, tahap selanjutnya adalah koordinasi. Koordinasi ini dilakukan pada atasan untuk memperoleh keputusan apa yang harus diambil oleh PR dalam menanggapi isu yang ada. Setelah ditemukan suatu keputusan, disusunlah strategi dan dieksekusi sampai terjadilah manajemen isu PR Summarecon Bandung.

Pendekatan

Untuk mengetahui pendekatan PR Summarecon Bandung dalam manajemen isu, pendekatan merupakan hal yang sangat erat kaitannya dengan manajemen isu. Pendekatan berguna ketika PR menyampaikan informasi atau mengkonfirmasi isu-isu yang ada pada masyarakat. Dari sana lah akan terciptanya *goodwill* pada perusahaan. Isu dapat menghasilkan dampak yang baik ketika ditanggapi dengan baik pula. PR Summarecon Bandung telah melakukan pendekatan komunikasi secara persuasif. Pendekatan ini dimaksudkan untuk mengkonfirmasi isu yang beredar dengan fakta yang sebenarnya dari perusahaan. Pendekatan persuasif yang dilakukan oleh PR Summarecon Bandung adalah dengan negosiasi atau diskusi. Pendekatan melalui respon yang dilakukan oleh PR Summarecon Bandung dalam media sosial bergantung pula pada isu apa yang sedang mencuat. Perusahaan dapat langsung membalas dan memberi konfirmasi pada isu yang tersebar dengan membalas komentar atau mention yang masuk pada akun sosial media nya. Respon yang didapat dari pendekatan tersebut cukup efektif karena dampak yang ditimbulkan dari pendekatan tersebut merupakan goodwill dengan adanya hubungan mutualisme antara perusahaan dengan masyarakat dan media.

Hambatan

Hambatan yang dialami PR Summarecon Bandung dalam melaksanakan manajemen isu ini ada berbagai macam, dari mulai faktor internal dan faktor eksternal. Dari kedua faktor ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa hambatan tersebut dapat diselesaikan. Hambatan yang dialami PR Summarecon Bandung dalam melaksanakan manajemen isu ini ada berbagai macam, dari mulai faktor internal dan faktor eksternal. Dari kedua faktor ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa hambatan tersebut dapat diselesaikan dengan adanya koordinasi.

Evaluasi

Evaluasi yang dilakukan oleh PR Summarecon Bandung dalam manajemen isu adalah dengan memelihara dan mempertahankan hasil dari manajemen isu yang sudah dilakukan. Keberhasilan dari manajemen isu tersebut pun menjadi patokan ketika evaluasi dilakukan. Keberhasilan manajemen isu Summarecon Bandung dilihat dari positif atau tidaknya dari atasan di perusahaan. Selain itu juga dilihat dari viralitas di media apakah isu tersebut tersebar luas dan berdampak buruk atau tidak. Berikut adalah hasil analisa dan pembahasan mengenai evaluasi PR Summarecon.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

Kegiatan yang dilakukan PR Summarecon Bandung dalam pengelolaan manajemen isu merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dengan strategi dan pendekatan yang digunakan di dalamnya. Dari adanya strategi dan pendekatan tersebut, menimbulkan hambatan, dan diakhiri dengan adanya evaluasi. Strategi yang digunakan dalam manajemen isu PR Summarecon Bandung adalah dengan monitoring, mapping, analisa, koordinasi, serta eksekusi strategi. Dalam pelaksanaan strategi tersebut PR Summarecon memulainya dari pencarian data dengan monitoring. Setelah itu dilakukan mapping untuk memilih isu mana yang harus dapat diprioritaskan agar setelahnya dapat di olah dalam tahap analisa. Analisa adalah tahap yang paling terperinci karena di dalamnya terdapat proses terperinci mengenai isu yang ada, dari mulai darimana isu tersebut muncul, siapa yang mengemukakannya. Setelah dilakukan analisa, tahap selanjutnya adalah koordinasi. Koordinasi ini dilakukan pada atasan untuk memperoleh keputusan apa yang harus diambil oleh PR dalam menanggapi isu yang ada. Setelah ditemukan suatu keputusan, disusunlah strategi dan dieksekusi sampai terjadilah manajemen isu PR Summarecon Bandung.

Pendekatan merupakan hal yang sangat erat kaitannya dengan manajemen isu. Pendekatan berguna ketika PR menyampaikan informasi atau mengkonfirmasi isu-isu yang ada pada masyarakat. Dari sana lah akan terciptanya goodwill pada perusahaan. Isu dapat menghasilkan dampak yang baik ketika ditanggapi dengan baik pula.

Hambatan yang dialami PR Summarecon Bandung dalam melaksanakan manajemen isu ini ada berbagai macam, dari mulai faktor internal dan faktor eksternal. Dari kedua faktor ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa hambatan tersebut dapat diselesaikan. Hambatan yang dialami PR Summarecon Bandung dalam melaksanakan manajemen isu ini ada berbagai macam, dari mulai faktor internal dan faktor eksternal. Dari kedua faktor ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa hambatan tersebut dapat diselesaikan dengan adanya koordinasi.

Satu hal lagi yang tidak dapat dipisahkan dari manajemen isu adalah evaluasi. Evaluasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan manajemen isu yang sudah terlaksana dan bagaimana prosesnya sampai menemukan hasil. Serta hal apa saja

yang perlu dan tidak perlu dilakukan kembali pada perencanaan selanjutnya.

Keempat hal ini dilakukan oleh PR Summarecon Bandung tidak hanya pada isu negative saja. Isu positif pun mereka perlakukan sama, tetapi hasil akhirnya saja yang berbeda. Isu positif yang mereka dapatkan akan dipertahankan agar tidak memicu adanya dampak berlebih sehingga menimbulkan munculnya isu lain yang dapat menutupnya.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Penulis menyarankan bagi teman-teman yang akan melakukan penelitian serupa agar menguasai terlebih dulu penelitian yang akan dilakukan, dari mulai jenis penelitian, metode penelitian, objek penelitian hingga tujuan yang hendak dicapai agar lebih memahami penelitian yang akan diteliti. Apalagi dengan metode studi kasus yang peneliti ambil perlulah dilakukan pemahaman secara mendalam pada penelitiannya.
2. Penulis juga menyarankan agar pada penelitian serupa untuk lebih menguasai teori yang akan dipakai terlebih dahulu, dengan lebih banyak membaca dari penelitian-penelitian serupa terdahulunya.
3. Penelitian studi kasus mendasar pada fenomena yang terjadi didalam suatu objek penelitian, dan sangatlah perlu dilakukannya pra-riset. Maka dari itu penulis menyarankan pada penelitian selanjutnya agar lebih mendalam ketika melakukan pra-riset. Dengan dilakukannya pra-riset yang mendalam, akan mempermudah peneliti ketika membahas mengenai penelitiannya.

Saran Praktis

1. Penulis menyarankan pada Summarecon Bandung agar lebih komunikatif pada masyarakat dalam menyampaikan banyak hal terutama informasi. Hal itu bisa dilakukan dengan program rutin yang berkala dengan berbagai variasi event misalnya dengan workshop, gathering, penyuluhan, atau acara apapun yang dapat membuat masyarakat kota Bandung khususnya agar lebih terbuka pada Summarecon Bandung. Event yang diselenggarakan dapat dilakukan perminggu atau perbulan, tetapi rutin dan terus berjalan. Seiring dengan pembangunan kawasan yang semakin menuju ke tahap sempurna, alangkah baiknya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan pun semakin banyak. Event-event tersebut pula dapat dijadikan sebagai bentuk pendekatan dengan masyarakat.
2. Lebih mempermudah jalur koordinasi Summarecon Bandung. Bukan berarti jalur koordinasi yang sudah dan sedang dijalani sekarang tidak baik, tetapi penulis melihat jalur koordinasi ini cukup berliku sehingga menimbulkan dampak lambatnya menangani atau menjawab suatu isu yang tengah panas di masyarakat. Alangkah lebih baik lagi apabila perusahaan dapat meringkas jalur koordinasi yang ada sehingga mempermudah pula jalannya manajemen isu ataupun kegiatan PR lainnya.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook Of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, Center, dan Broom. 2011. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations*. Bandung: Sombiosa Rekatama Media.
- J. Moleong, Lexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2015. *PUBLIC RELATIONS, ISSUE & CRISIS MANAGEMENT Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- K. Yin, Robert. 2015. *STUDI KASUS: Desain & Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Mulyana, Deddy. 2013. *METODE PENELITIAN KUALITATIF Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan. 2014. *PR War*. Jakarta: Grasindo
- Ruslan, Rusady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rusady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: P2U LPPM UNISBA.