

STRATEGI KEHUMASAN PEMPROV BALI DALAM MENGATASI ISU PENJUALAN DAGING ANJING DI BALI

NIRMALA NOVIYANTHI

ABSTRACT

Reputation is the important thing to keep in every company. The good or a bad of company's reputation depends on how the management in that company especially how the public relation's performance in facing every crisis. Crisis has unexpectedly character and would be worst if it can't take seriously. One of the crisis that happens in Bali's government is about the dog-meat trading issue, which is this have been published in some foreign media. With this crisis, researcher wanted to research about the strategy in public relation's government in facing this crisis according to method of public relation's crisis management by Lazarsfeld and Reitz.

In this research, researcher tried to connected the strategy that have been public relations of Bali's government did with the six steps according to Lazarsfeld and Reitz's method. The result of this research is The public relation of Bali province government could apply the strategy which have been planned appropriate with method of public relation's crisis management that be reference of researcher, therefore the result that expected could be achieved by the implementation of that strategy.

Keywords : public relation's crisis management, strategy of public relation.

PENDAHULUAN

Di setiap perusahaan atau instansi tentu memiliki tugas dan tanggung jawab yang sama yaitu mempertahankan perusahaannya serta melindungi reputasinya dari segala aspek negatif baik yang berasal dari eksternal maupun internal. Secara tidak langsung, keberadaan humas atau *public relation* kini mulai

diperhitungkan guna melaksanakan tugas dan tanggung jawab perusahaan atau instansi terkait. Kemampuan komunikasi yang bagus dan memahami perusahaan tempat humas bernaung akan menjadi senjata yang tepat untuk melindungi perusahaannya dari berbagai kondisi krisis. Krisis menurut Pauchant dan Mitroff (Chatra dan Nasrullah, 2008:5) sebagai a

disruption that physically affects a system as a whole and threatens it's basic assumptions. It's subjective sense of self, it's existential core.

Sedangkan, Haywood (Chatra dan Nasrullah, 2008:5) cenderung menyederhanakan pengertian krisis sebagai “keadaan darurat (*emergency*)” yang tentu saja berbahaya bila tidak dihadapi secara serius. Adanya krisis ini selanjutnya menjadi tanggung jawab humas untuk menghadapinya agar tidak semakin meluas dan merugikan perusahaan atau instansi terkait.

Berdasarkan hal di atas, strategi humas untuk menyelamatkan perusahaannya tentu menjadi bahan yang perlu dipikirkan. Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, informasi mengalir dari dalam dan ke luar perusahaan melampaui batas – batas wilayah berbagai negara dan budaya. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat ini memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap peranan humas. Keberadaan humas dalam memainkan opini publik juga dianggap strategis, tidak hanya langsung terjun ke masyarakat namun hubungan kerjasama yang baik dengan

media massa juga menentukan kesuksesan seorang humas dalam meraup maupun mempertahankan citra positif. Publisitas di media untuk membangun merek sangatlah penting. Tanpa adanya media, informasi mengenai program perusahaan tidak akan ter *publish* sesuai dengan harapan, dan melalui media pula strategi humas dalam menanggulangi krisis dapat terbantu.

Humas Pemprov Bali atau secara lengkapnya dikenal dengan Biro Humas dan Protokol Setda Provinsi Bali juga mempunyai tugas pokok yang utama yaitu, sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan pemerintah di satu pihak dan menampung aspirasi serta memperhatikan masukan, usul, saran termasuk kritik dari masyarakat dan berperan menciptakan iklim kondusif serta berkewajiban untuk mengumpulkan, mengelola, serta mempublikasikan semua informasi terkait program dan kegiatan pembangunan Provinsi Bali. Sebagai salah satu garda terdepan guna menjaga reputasi Provinsi Bali, seorang humas di Pemprov Bali baiknya memelihara kepercayaan

masyarakat lokal maupun internasional sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah di Bali.

Salah satu krisis yang dihadapi oleh Humas Pemprov Bali yang menyita perhatian masyarakat kali ini adalah mengenai kasus penjualan daging anjing yang juga diberitakan oleh media asing Australia, *ABC News* dengan menayangkan investigasi Lembaga perlindungan binatang *Animals Australia* (AA) selama empat bulan yang menunjukkan wisatawan sedang makan daging anjing, yang telah ditangkap dan dibunuh secara brutal. Sesuai dengan pemberitaan di BBC Indonesia pada tanggal 27 Juli 2017, melalui keterangan tertulis *Animals Australia*, tindakan penjualan daging anjing ini dianggap mulai berkembang sejak sekelompok orang ke Bali pada dekade 1970-an untuk bekerja di industri perhotelan. Menurut Ketua Pusat Kajian *One Health* Universitas Udayana, Nyoman Sri Budayanti, tindakan kriminal ini dianggap tidak sesuai dengan budaya Bali melalui filosofi Tri Hita Karana yaitu mengajak masyarakat Bali untuk membina hubungan yang baik kepada

Tuhan, sesama manusia, dan lingkungan yang mencakup binatang serta tumbuhan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti bermaksud untuk meneliti strategi Humas Pemprov Bali dalam menangani krisis yang mengganggu sistem pemerintahan hingga menyangkut budaya Bali berdasarkan konsep metode kehumasan krisis yang dikemukakan Lazarsfeld dan Reitz (Chatra dan Nasrullah, 2008:79). Dalam metodenya menyebutkan enam langkah metode kehumasan dalam menangani krisis, yaitu identifikasi krisis, penyusunan anggota Tim Kehumasan Krisis (TKK), analisis krisis, penyusunan alternatif tindakan, implementasi, dan evaluasi. Metode kehumasan krisis memiliki pola yang kurang lebih sama, tetapi mengalami sejumlah modifikasi. Pengatasan krisis melalui pengorganisasian kehumasan krisis yang dilakukan oleh Humas Pemprov Bali dalam menangani kasus perdagangan daging anjing serta menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terkait seperti media massa atau media pers dan instansi terkait juga mempengaruhi Humas Pemprov Bali dalam menindaklanjuti isu tersebut.

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana strategi kehumasan Pemprov Bali dalam mengatasi isu penjualan daging anjing di Bali ?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Humas

Menurut John Marston dan Sheila Clough Crifasi (Nova, 2017:43) sebagai berikut “Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mempelajari kebijakan dan prosedur individual atau organisasi sesuai dengan kepentingan publik, dan menjalankan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik”.

Adapun ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut (Ruslan, 2008:23) :

a. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR

harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan ini dijalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

B. Humas Pemerintah

Dalam buku Ruslan (2008:341) perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi, dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Di samping itu, melalui pernyataan Ardianto (2014:239) dapat diketahui bahwa PR pemerintah memiliki kegiatan untuk memberikan informasi

mengenai kebijakan pemerintah yang mengikat rakyat atau masyarakat.

C. Strategi Humas

Kebanyakan perusahaan, kini mengakui peranan *public relations* cukup menonjol dalam pengambilan keputusan manajemen. Sering terjadi *public relations* melapor atau berhubungan langsung kepada *top management*. Hal ini terjadi karena *public relations* adalah *interpreter* (penerjemah) manajemen, sehingga *public relations* harus mengetahui apa yang manajemen pikirkan setiap saat terhadap setiap isu publik yang sebenarnya. Adnanputra, seorang Pakar Humas dalam naskah workshop berjudul PR Strategi (Ruslan, 2007:133), mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*Plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.

Dalam proses manajemen, praktisi humas terkadang menyusun strategi dalam menangani isu tanpa

menganalisisnya secara mendalam serta lambat dalam merespon sehingga menimbulkan berkembangnya opini masyarakat yang justru memperburuk reputasi perusahaan dan menimbulkan krisis.

D. Konsep Metode Kehumasan Krisis Lazarsfeld dan Reitz

1. Identifikasi Krisis

Mengidentifikasi krisis adalah langkah awal proses kehumasan krisis. Pada tahap ini, praktisi kehumasan melakukan pencatatan secara rinci terhadap fakta-fakta empiris yang menyertai krisis. Selama melakukan identifikasi, praktisi kehumasan perlu melakukan pencatatan dan pengarsipan berbagai informasi yang berkaitan dengan perkembangan organisasi, mengkliping berita-berita surat kabar, dan terus menerus mengikuti perkembangan politik, ekonomi, dan sosial.

2. Penyusunan Tim Kehumasan Krisis (TKK)

Setelah krisis sektoral berikut sektor-sektor yang mengalami komplikasi berhasil diidentifikasi, kelompok kerja atau tim penanggulangan krisis segera dibentuk. Dalam langkah ini kerjasama tim benar-benar diuji karena selain memiliki anggota yang solid, Tim Kehumasan Krisis (TKK) perlu memiliki rencana kerja yang jelas, lengkap dengan skedul, ruang pertemuan yang di dalamnya tersedia cukup sarana kerja, serta fasilitas komunikasi dan transportasi yang memadai.

3. Analisis Krisis

Tugas Tim Kehumasan Krisis (TKK) selanjutnya adalah memahami krisis secara komprehensif dan menemukan sebab-sebab mengapa terjadi krisis kepercayaan dengan melakukan analisis terhadap krisis sektoral, terus ke komplikasi-komplikasi. Ruslan menawarkan metode analisis dengan menggunakan formula 5W + 1H dalam menganalisis krisis. Apabila TKK merasa kurang kredibel melaksanakannya, tidak ada

salahnya tim meminta bantuan konsultan ahli kehumasan.

4. Menyusun Alternatif Tindakan

Dengan memahami krisis secara komprehensif, Tim Kehumasan Krisis (TKK) lebih mengerti apa yang harus mereka kerjakan. Atas pengetahuan yang ada, TKK selanjutnya menyusun tujuan umum yang hendak dicapai. Tujuan umum dirumuskan dalam kalimat yang sederhana singkat, padat, dan dapat dipahami seluruh anggota TKK. Tahap selanjutnya, TKK membuat daftar alternatif berdasarkan indikator-indikator yang telah diciptakan sebelumnya, sesuai kesesuaian tindakan dengan tujuan umum, waktu yang tersedia, kompleksitas tindakan, ketersediaan tenaga pelaksana, dan sebagainya.

5. Implementasi

Pada tahap ini, adanya seorang juru bicara yang bertugas memberikan penjelasan kepada segenap publik, baik intern maupun

ekstern perlu disiapkan. Jika Tim Kehumasan Krisis (TKK) tidak memiliki juru bicara yang benar-benar kredibel maka tim TKK dapat membentuk tim kecil yang terdiri atas tenaga profesional di sektor yang sedang mengalami krisis, ditambah seorang pakar independen sehingga segala sesuatu yang disampaikan kepada publik tidak mengacaukan rencana kerja TKK.

6. Evaluasi

Langkah-langkah penanggulangan krisis yang diambil tidak dapat dikatakan pasti berhasil. Dalam kenyataannya, sering timbul masalah yang tak terduga sehingga upaya penanggulangan tidak berjalan efektif. Oleh sebab itu, TKK perlu melakukan evaluasi dengan kembali melakukan audit kehumasan untuk mengukur sejauh mana telah terjadi perubahan kepercayaan publik. Evaluasi adalah langkah terakhir dari satu siklus. Dengan demikian, hasil evaluasi merupakan masukan yang sangat berguna untuk memperbaiki

kinerja dari humas sehingga peningkatan prestasipun dapat diraih.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Moleong, (2008:4) penelitian kualitatif yang mengutip Bogdan dan Taylor yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati. Dalam hal ini peneliti mengamati langsung strategi yang dilakukan humas Pemprov Bali dalam mengatasi isu penjualan daging anjing di Bali sesuai dengan konsep metode kehumasan krisis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya.

Adapun dua jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian, yaitu data primer Menurut Sugiyono, (2009:137) data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data

dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dalam sumber data primer yaitu, hasil wawancara yang didapatkan langsung oleh peneliti dari narasumber yaitu Humas Pemprov. Bali dan juga data sekunder yaitu data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah *literature*, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2009:137).

Untuk informan penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Seperti telah dikemukakan Sugiyono, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai

penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek / situasi sosial yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti mendapatkan informan langsung dari Humas Pemprov Bali, beberapa pejabat humas maupun staf yang telah menangani isu penjualan daging anjing dan beberapa masyarakat yang mengetahui isu tersebut.

Adapun teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi menurut Hikmat (2011:73) yaitu observasi adalah kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau informasi yang sesuai dengan konteks penelitian. Teknik observasi diharapkan dapat menjelaskan atau menggambarkan secara luas dan rinci tentang masalah yang dihadapi. Untuk wawancara, Penulis melakukan wawancara dengan praktisi humas langsung yang berkompeten sesuai

dengan permasalahan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2010:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam dan jumlah informannya sedikit/kecil.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara berstandar. Menurut Fathoni (2011:108) menyatakan bahwa wawancara berstandar adalah wawancara yang direncanakan berdasarkan pedoman atau daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan lebih dahulu. Semua pihak yang diwawancarai dalam hal ini informan yang telah diseleksi melalui metode sampling, diberi pertanyaan sama seperti yang tercantum dalam daftar pertanyaan, sebagai pedoman wawancara. Pewawancara tidak dibenarkan mengubah makna yang terkandung di dalam isi setiap wawancara, tetapi tidak dilarang menerjemahkannya ke dalam

bahasa yang dapat dimengerti oleh informan, sehingga pewawancara dapat mengharapkan adanya jawaban yang mengandung maksud sama, meskipun kalimatnya berbeda.

Terakhir yaitu dokumentasi,

Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013:240), dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Untuk keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data yang dikembangkan oleh Denzim (Moleong, 2007:331) ada empat triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan yaitu

- a. Triangulasi data peneliti menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip humas pemprov yang peneliti

dapatkan saat
melakukan wawancara.

- b. Triangulasi pengamat yakni adanya pengamat diluar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data.
- c. Triangulasi teori yakni peneliti menggunakan berbagai teori yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat.
- d. Triangulasi metode yakni menggunakan metode seperti wawancara dan metode dokumentasi.

berlokasi di Kantor Gubernur Bali, Jl. Basuki Rachmat Niti Mandala Renon. Dalam pengumpulan data ini, peneliti melakukan teknik wawancara dan mengamati langsung penanganan yang dilakukan Humas Pemprov Bali terkait isu penjualan daging anjing di Bali.

Adapun data primer diperoleh dari hasil wawancara terhadap informan yaitu Humas Pemprov Bali bagian publikasi serta beberapa masyarakat dengan profesi dan latar belakang berbeda yang mengetahui isu ini atau pecinta anjing, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen - dokumen yang berkaitan langsung dengan Humas Pemprov Bali.

Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Humas Pemprov Bali, selaku informan utama dalam penelitian ini, informan mengemukakan bahwa Humas Pemprov Bali memiliki tugas pokok sebagai corong pemerintah dalam hal ini yaitu Gubernur, Wakil Gubernur, maupun Setda dalam menginformasikan program serta

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dimulai sejak bulan November 2017 dengan melibatkan beberapa informan dari humas yang menangani langsung isu ini baik pejabat maupun staf Humas Pemprov Bali yang

pencapaian yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat serta menanggapi isu yang berhubungan dengan pemerintahan dan juga menerima aspirasi dari masyarakat.

Menurut Humas Pemprov Bali selama pelaksanaan tugas dan fungsinya tentu pernah mendapatkan hambatan dan kritikan baik dari pimpinan maupun masyarakat, dari pimpinan terkadang terjadi mis komunikasi terhadap perintah yang diberikan sedangkan dari masyarakat berupa pemberitaan negatif di media sosial maupun *e-mail* hingga tersebar isu terkait pimpinan yang berhubungan dengan kebijakan pemerintahan. Adanya hambatan dan kritikan ini tentu langsung ditanggapi oleh Humas Pemprov Bali melalui pemberian klarifikasi secara cepat dan mengetahui gaya kepemimpinan dari atasan tentu diperlukan oleh seorang humas agar tidak terjadi kesalahpahaman yang berarti.

Penanganan isu terkait penjualan daging anjing ini juga

telah ditangani oleh Humas Pemprov Bali selama sebulan lebih, strategi yang dilakukan Humas Pemprov Bali yaitu dengan memberikan *statement* pimpinan yaitu Gubernur, berdasarkan data dan lapangan bahwa berita itu tidak sesuai dan apa yang menjadi pembicaraan itu tidak benar. Selain itu Humas Pemprov Bali juga melakukan konferensi pers dengan mengundang semua wartawan agar langsung diberitakan kepada masyarakat. Hal ini disampaikan juga oleh Kabag Publikasi dan

Penyaringan Informasi, Drs. Made Ady Mastika :

“Kami sudah meng-*counter* dengan bekerjasama dengan dinas peternakan untuk mengantisipasi dan juga biro humas, kebanyakan yang mengkonsumsi itu adalah oknum yang tidak bertanggung jawab (non-Bali), sehingga Bali terkena imbasnya. Biro humas pun sudah memberikan *statement* dan pengumuman di media agar masyarakat tidak makan daging anjing karena akan banyak kena penyakit dan juga rabies. Hal itu sudah kami lakukan, dan krisis itu sudah mereda hingga saat ini.”

(Wawancara 21 November 2017)

Selain kerjasama dengan staf biro humas, hubungan yang baik dengan media juga diperhitungkan oleh Humas Pemprov Bali dengan mengadakan beberapa kegiatan seperti datang ke kantor media dan juga melakukan *press tour*. Salah satu staf humas, pada wawancara di tanggal yang sama, Bapak I Made Dwi Prayana, SE.,MA. Mengatakan :

“Ketika berbicara kehumasan, media massa juga mitra terpenting bagi humas karena media massa membantu dalam menyebarkan informasi, baik berupa informasi kegiatan maupun klarifikasi.”

Adanya isu terkait penjualan daging anjing ini tentu memberikan dampak negatif bagi pemerintah maupun masyarakat Bali karena berhubungan dengan pariwisata melalui banyaknya protes dari masyarakat luar negeri khususnya Australia yang mayoritas masyarakatnya merupakan pecinta anjing, maka humas selalu bekerjasama dengan media dan *stakeholder* terkait dengan memberi klarifikasi bahwa masyarakat Bali tidak mengonsumsi daging anjing. Senada dengan hal tersebut, Pranata Humas Muda, Bapak Krisna Prasada

Prana, A.Md. TLB.,S.Sos mengatakan :

“Dari segi pariwisata dan *image* pimpinan kita ada efeknya, hanya saja kita tidak bisa mengukur seberapa besar. Namun isu penjualan daging anjing itu tidak memberikan dampak yang begitu signifikan karena kami segera menanggapi isu tersebut melalui *statement* Gubernur Bali”

(Wawancara 21
November 2017)

Hasil Wawancara Pendapat dari

Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama dengan informan bernama Hassan Hadi (25th) seorang karyawan swasta di Jakarta yang sering berlibur di Bali pada tanggal 22 November 2017 mengatakan bahwa walaupun informan tidak menetap di Bali namun isu mengenai penjualan daging anjing ini pernah informan dengar dari teman-temannya, informan tersebut berpendapat bahwa penjualan daging anjing di Bali ini tentu memberikan kerugian baik dari segi kesehatan dan juga populasi anjing bisa punah karna

yang dikonsumsi adalah anjing lokal Bali.

“Karena adanya isu ini, saya yang kebetulan muslim jadi suka mikir kalau makan di Bali apalagi di daerah pariwisata seperti Kuta atau Sanur, selain tidak sesuai ajaran agama kan juga daging anjing tidak layak untuk dikonsumsi, jadi lebih cermat kalau mau beli makan”

Hal serupa juga disampaikan oleh Yuni Aprillya (21th), seorang mahasiswa pecinta anjing, informan menyayangkan adanya kasus mengenai pembunuhan anjing lokal Bali untuk dikonsumsi, informan tersebut mengetahui penjualan daging anjing ini dari sosial media jika penjualan anjing itu untuk dimakan, dan kerugiannya tentu mengakibatkan krisis anjing atau terjadinya kelangkaan anjing Bali. Untuk kinerja Humas Pemprov Bali dalam mengatasi isu ini, informan mengatakan memang tidak terlalu memantau kinerja dari Humas sendiri.

“Berita ini tidak terlalu meluas, jika dicari beritanya baru bisa tau perkembangannya bagaimana, karna gak semua orang mau membahas anjing kecuali pecinta anjing”

Sependapat dengan yang disampaikan oleh informan sebelumnya mengenai kerugian dan kinerja Humas Pemprov Bali, seorang guru bernama Ibu Sayuti (50th), berpendapat bahwa anjing yang seharusnya menjadi teman manusia dan bisa melindungi rumah tidak pantas untuk dikonsumsi, dengan demikian, informan mengharapkan agar kinerja Humas ditingkatkan lagi dalam mengawasi penjualan anjing di Bali dalam wawancara pada tanggal 22 November 2017.

“Untuk kinerja Humas Pemprov dalam menangani isu ini, harus ditingkatkan lagi untuk pengawasannya, terutama ke masyarakat bila perlu ke desa-desa, agar bisa ditertibkan untuk penjualan daging anjing ini”

Untuk pengkonsumsian daging anjing, informan berpendapat bahwa tidak setuju dengan itu karena selain merasa kasihan, faktor kesehatan juga berpengaruh jika mengkonsumsi daging anjing. Seorang asisten rumah

tangga, Wayan Sariani (21th) mengatakan bahwa informan pernah melihat pembunuhan anjing untuk dikonsumsi di desanya sekali. Dalam wawancara tanggal 20 November 2017, informan mengatakan :

“Pernah dulu lihat orang membunuh anjing dengan meracuninya lalu dipukul pakai batu sampai mati, tapi gak kenal orang itu siapa dan hanya lihat sekali. Kasihan anjingnya.”

Melalui pemaparan informan rata-rata mengungkapkan bahwa penjualan daging anjing ini memang kurang layak di masyarakat Bali. Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Bagian Publikasi dan Penyiaran, Humas Pemprov Bali, pelaku yang melakukan pembunuhan anjing yang dilihat oleh Wayan Sariani ini bukan orang Bali, walau demikian informan juga merasa kasihan pada anjing yang dibunuh hanya untuk dikonsumsi.

Seorang informan lainnya yaitu Putu Ratnadi (36th) yang berprofesi sebagai wiraswasta dan mengikuti perkembangan berita mengenai penjualan daging anjing ini, dalam wawancara yang peneliti lakukan pada

tanggal 28 November 2017, informan turut berkomentar mengenai kinerja Humas Pemprov Bali. Kinerja Humas Pemprov Bali harus ditingkatkan, misalnya dengan memberikan poster ke banjar-banjar mengenai kondisi penjualan daging anjing ini dan pemberitahuan mengenai pencegahannya melalui adanya sanksi. Selain itu, dari segi kesehatan dan agama informan tersebut menyampaikan:

“Tubuh manusia anatominya adalah herbivora bukan karnivora, dari segi agama ini juga melanggar ahimsa, anjing itu binatang simbol kesetiaan bukan buat dibunuh dan dimakan”

Seorang mahasiswa pecinta anjing yang bernama Ni Komang Putriani (19th) dalam wawancara pada tanggal 4 Desember 2017, juga sependapat dengan informan sebelumnya mengenai agama dan tradisi di Bali, informan mengatakan :

“Sebagian dari ciri khas Bali akan semakin berkurang karena anjing-anjing kampung asli Bali semakin punah. Selain itu, tradisi di Balipun masih

membutuhkan anjing kampung untuk keperluan upacara keagamaan”

Tidak hanya masyarakat di Bali, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa informan yang berdomisili di Australia. Salah satu informan yang telah diwawancarai adalah Aristhia Dewi (21th), mahasiswi yang sudah tiga tahun tinggal di Australia, pada wawancara tanggal 8 Desember 2017, informan tersebut mengatakan bahwa mengetahui berita mengenai penjualan daging anjing ini di media sosial *Facebook* dan memang menyebar di Australia.

“Iya itu mengerikan sekali, di sini (Australia) banyak yang punya anjing, dan tidak seharusnya dibunuh apalagi dimakan, teman-temanku yang mendengar berita itu di sini juga benci banget, karena banyak yang penyayang binatang di sini”

Pada tanggal yang sama peneliti juga melakukan wawancara dengan informan asing yang berasal dari Negara Inggris bernama Hannah New (19th) dan berprofesi sebagai

seorang guru renang. Informan mengatakan ketika pertama kali mengetahui isu ini melalui *Facebook* merasa terkejut dan menganggap itu adalah hal yang mengerikan.

“I don't like it about that dog meat stuffs trading, dogs are typically pet not supposed to eat. The government should be more explicit, it's just not right” – (“Saya tidak suka dengan penjualan memakai daging anjing, anjing itu adalah hewan peliharaan tidak seharusnya untuk dimakan. Pemerintah seharusnya lebih bersikap tegas kepada oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab tersebut, itu tidak benar.”)

Selain Hannah, seorang *rescuer* yang berasal dari Amerika dan kini menetap di Bali, Rhonda Lepsch (53) juga berpendapat hal yang sama terkait perdagangan daging anjing di Bali. Informan tersebut menganggap tindakan pemerintah dalam mengatasi kasus ini cenderung tidak terlihat. Hal tersebut juga terkait dengan hukum yang ada di Indonesia tentang kesejahteraan hewan yang tidak dipedulikan bahkan masyarakat cenderung tidak mengetahui adanya hukum tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan dari latar belakang yang berbeda tersebut, peneliti menemukan kesamaan opini mengenai penjualan daging anjing yang tidak pantas untuk dikonsumsi, dan peneliti menemukan bahwa cepatnya langkah yang dilakukan oleh Humas Pemprov Bali dalam meredam kasus ini termasuk berhasil hanya saja perlu ada peningkatan kinerja dalam pengawasan dan tindakan tegas lebih lanjut agar tidak terjadi kasus lainnya dan dapat merusak kebudayaan maupun pariwisata di Bali.

Dari hasil wawancara tersebut peneliti meninjau strategi yang digunakan oleh Humas Pemprov Bali dalam mengatasi krisis dengan metode Lazarsfeld dan Reitz, mengenai enam langkah yang digunakan dalam manajemen kehumasan krisis. Melalui observasi, wawancara, dan sumber terkait, peneliti dapat menemukan kecocokan antara strategi yang telah digunakan humas dengan metode kehumasan krisis, walau tidak menyeluruh.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan beberapa orang

informan baik staf humas dan juga masyarakat, peneliti menemukan bahwa isu ini dapat ditangani dengan baik oleh praktisi Humas Pemprov Bali, karena masyarakat menyadari bahwa isu ini tidak menyebar terlalu luas hingga menimbulkan keresahan yang berlarut di masyarakat. Dari hasil wawancara tersebut, peneliti mencoba mengaitkan dengan enam langkah metode kehumasan krisis yang dikemukakan oleh Lazarsfeld dan Reitz, sebagai berikut :

1. Identifikasi Krisis

Dalam tahapan ini, sama seperti yang disampaikan oleh staf Humas Pemprov Bali, Bapak Dwi Prayana bahwa Humas Pemprov Bali dalam mengatasi isu penjualan daging anjing tentu sudah mencari secara rinci apa penyebab dari timbulnya isu ini dan langsung bekerjasama dengan instansi terkait seperti Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, Dinas Pariwisata, dan instansi lain untuk merespon secara cepat isu ini agar tidak menimbulkan kecemasan bagi masyarakat lokal maupun asing.

Di dalam mengidentifikasi krisis, humas perlu mengkategorikan terlebih dahulu isu yang beredar, berdasarkan jenis isu, sumber respons, cakupan geografis, jarak terhadap kontrol, tingkat kepentingan, dan faktor lain.

2. Penyusunan Tim Kehumasan Krisis

Setelah krisis yang terjadi telah diidentifikasi, kelompok kerja atau tim kehumasan krisis dibentuk. Sebagian besar dari krisis yang terjadi juga merupakan akibat dari keterbatasan manusia dalam mengatasi masalah yang terjadi. Krisis yang biasa dihadapi oleh humas di pemerintahan tentu berwujud bermacam-macam, seperti bencana alam, peraturan-peraturan baru yang dianggap merugikan, skandal, dan berbagai macam bentuk kesulitan lainnya. Krisis yang terjadi inilah yang perlu ditangani oleh humas melalui sebuah tim manajemen krisis.

Dalam penyusunan Tim Kehumasan Krisis, dari humas

sendiri memang tidak menyiapkan tim secara khusus karena faktor biaya. Hal tersebut juga sesuai dengan yang disampaikan informan dalam penelitian ini yaitu salah seorang pejabat humas, Bapak Krisna mengatakan bahwa Humas Pemprov Bali dulu memang sempat membentuk tim khusus yang disebut tim kajian berita, yaitu tim ahli yang tugasnya membuat kajian mengenai isu-isu strategis yang dilakukan setiap bulan dan beranggotakan wartawan senior, pengamat media, serta pimpinan redaksi, namun faktor terbatas anggaran dan hal lain, tim ini tidak diberlakukan kembali. Dengan demikian, humas membuat tim per kasus disetiap mengatasi krisis atau isu, dengan menempatkan seseorang yang memiliki kredibilitas dan dianggap mampu untuk mengatasi krisis.

3. Analisis Krisis

Tugas Tim Kehumasan Krisis selanjutnya adalah memahami krisis secara

komprehensif dan menemukan sebab - sebab mengapa terjadi krisis dengan melakukan analisis terhadap isu yang terjadi. Pemahaman terhadap kondisi instansi dengan mengetahui kelemahan dan kelebihan suatu instansi merupakan hal yang perlu dipikirkan oleh humas.

Humas Pemprov Bali dalam hal ini mencari tahu sumber yang menyebabkan isu itu terjadi. Jawaban dari sebab akibat yang terjadi dalam isu tersebut digali lebih mendalam melalui formula 5W + 1H (*What*, yaitu Apa penyebab terjadinya krisis, *Who* adalah Siapa saja yang mampu mengatasi krisis tersebut, perlu dibentuk suatu tim penanggulangan krisis, *Where* yaitu, dimana krisis itu dimulai, *When* adalah kapan krisis itu dimulai, *Why* ialah kenapa krisis bisa terjadi dan *How* yaitu bagaimana krisis itu terjadi.

Dari setiap indikator dari formula tersebut, humas kembali merinci dampak yang terjadi akibat sumber yang humas terima, seperti yang disampaikan salah

satu staf humas Bapak Dwi Prayana, isu mengenai penjualan daging anjing ini didapatkan dari pemberitaan langsung di media asing di Australia hingga terjadi keluhan di masyarakat, dari mengetahui apa penyebab terjadinya krisis serta mengetahui kapan dan dimana krisis itu dimulai, humas langsung turun ke lapangan untuk melihat secara langsung apakah benar adanya penjualan makanan menggunakan daging anjing tersebut.

4. Menyusun Alternatif Tindakan

Dengan memahami krisis secara komprehensif, Tim Kehumasan Krisis (TKK) lebih mengerti apa yang harus mereka kerjakan. Atas pengetahuan yang ada, TKK selanjutnya menyusun tujuan umum yang hendak dicapai. Dalam tahap ini, sikap, ide maupun opini dari tim diperlukan guna menentukan tindakan yang akan diambil oleh praktisi humas. Dalam penyusunan alternatif tindakan, Humas Pemprov Bali tidak memiliki aturan khusus dalam

mengambil tindakan lain apabila tidak sesuai dengan perintah pimpinan, jika diperlukan humas hanya menyampaikan rekomendasi tindakan yang perlu ditempuh, namun keseluruhan pimpinan yang menentukan.

Idealnya, ide – ide yang disampaikan oleh tim humas dinilai oleh pimpinan organisasi berdasarkan indikator – indikator yang telah ditetapkan sebelumnya, seperti kesesuaian tindakan dengan tujuan umum, waktu yang tersedia, kompleksitas tindakan, ketersediaan tenaga pelaksana, dan sebagainya. Tim kehumasan krisis tentu tidak mengambil keputusan tentang tindakan mana yang akan dilakukan karena keputusan akhir berada di tangan pimpinan.

Dalam tahap ini, Humas Pemprov Bali memiliki sistem yang berbeda dalam mengambil keputusan, menurut Kasubag Media, Bapak Yadnya, strategi itu dibuat pimpinan, dan tim humas adalah jajarannya jadi strategi yang disampaikan oleh pimpinan,

dalam hal ini yaitu Kepala Biro Humas yang memiliki wewenang dalam memberikan perintah kepada timnya, perintah itulah yang dikerjakan oleh tim.

5. Implementasi

Dalam tahap ini, informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan langsung dikomunikasikan. Adanya komunikasi dari pihak humas dengan khalayak tentu akan mempengaruhi opini publik sekaligus menginformasikan mengenai kebenaran yang terjadi di lapangan melalui pemberian *statement* oleh pimpinan maupun juru bicara.

Setiap perusahaan atau instansi memerlukan seorang juru bicara sebagai wakil dari perusahaan untuk berkomunikasi dengan publiknya. Ketika perusahaan berada dalam situasi krisis, juru bicaralah yang bertugas untuk memberikan penjelasan kepada publik. Publik hanya mau mendengar dari orang

yang benar profesional dibidangnya dan berkepentingan untuk menjelaskan apa yang terjadi dan bagaimana memperbaiki.

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh seluruh informan dari tim Humas Pemprov Bali dalam penelitian ini, juru bicara yang berwenang dalam mengkomunikasikan informasi atau memberikan klarifikasi kepada masyarakat adalah Kepala Biro Humas dan Protokol dan dalam implementasi lain untuk mengatasi krisis, humas juga menyiapkan saluran lain sebagai sarana komunikasi dan juga menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui web, *facebook*, dan juga aplikasi yang telah dibuat oleh tim Humas Pemprov Bali, yaitu Gatra Mandara sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat.

6. Evaluasi

Melalui diadakannya evaluasi, humas dapat mengetahui bagaimana perubahan kepercayaan sikap publik terhadap

kinerja yang telah dilakukan humas. Evaluasi juga bertujuan untuk memperbaiki sistem kerja yang ada di humas, dan menyiapkan antisipasi bila terjadi serangan krisis lainnya di masa mendatang.

Hal ini dibenarkan oleh informan bernama Hassan Hadi yang mengaku awalnya sempat khawatir jika makan di Bali karena isu ini, namun karena berhasilnya penanganan yang dilakukan oleh humas, melalui klarifikasi secara cepat informan merasa tidak secemas saat pertama kali berita ini didengar.

Menurut Kasubag Media, Bapak I Ketut Yadnya, evaluasi yang dilakukan humas tiap usai menangani kasus tidak ada, sedangkan evaluasi yang dilakukan secara rutin untuk meninjau kinerja humas secara menyeluruh tentu ada dengan jadwal sesuai situasi atau keperluan. Setiap ada hal penting yang perlu dievaluasi, langsung dijalankan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti, seorang praktisi humas pemerintahan, memiliki tugas pokok sebagai juru bicara mengenai program-program ataupun pencapaian yang diraih oleh pemerintah. Sama seperti humas pada umumnya, Humas Pemprov Bali juga menjadi jembatan antara pemerintah dan masyarakat maupun *stakeholder* terkait. Dengan adanya humas, informasi mengenai pemerintahan dapat disebarkan kepada masyarakat, dan masyarakat juga dapat menyampaikan aspirasi atau kritik melalui humas.

Hambatan internal dan eksternal juga sering dihadapi humas, perbedaan persepsi dalam organisasi hingga mengatasi krisis yang terjadi di masyarakat adalah tugas utama bagi seorang humas untuk membenahinya. Salah satu krisis yang peneliti angkat kali ini adalah suatu permasalahan yang

telah ditangani oleh Humas Pemprov Bali secara cepat melalui strategi yang digunakan humas. Berdasarkan hasil penelitian melalui metode kehumasan krisis Lazarsfeld dan Reitz yang menjadi acuan peneliti dalam meninjau strategi Humas Pemprov Bali, strategi yang telah diterapkan oleh Humas Pemprov Bali dalam mengatasi isu penjualan daging anjing di Bali cukup sesuai dengan metode kehumasan krisis yang dipaparkan oleh Lazarsfeld dan Reitz.

Adapun sedikit perbedaan antara strategi yang telah dilakukan Humas Pemprov Bali dengan enam langkah metode kehumasan krisis Lazarsfeld dan Reitz yaitu terletak pada pembentukan tim kehumasan krisis, menyusun alternatif tindakan, dan evaluasi. Dalam tiga hal ini, Humas Pemprov Bali memiliki sistem yang sedikit berbeda yaitu, tidak membentuk tim secara khusus dalam mengatasi krisis, tidak menyiapkan alternatif tindakan,

karena adanya sistem birokrasi dalam kinerja humas, dan belum

dijalankannya evaluasi rutin sesuai mengatasi setiap krisis yang dihadapi.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah, peneliti menemukan kecocokan strategi yang digunakan Humas Pemprov Bali selama ini dalam mengatasi krisis dengan ke enam langkah yang terdapat pada metode kehumasan krisis Lazarsfeld dan Reitz, meski terdapat beberapa langkah dari metode tersebut dijalankan sesuai sistem yang terdapat di humas. Strategi inilah yang digunakan humas dalam kinerjanya untuk menjaga reputasi dan kestabilan sistem pemerintahan.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2014). *Handbook of public relations : Pengantar komprehensif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Chatra, E & Nasrullah, R. (2008). *Public Relations: Strategi*

Keumasan dalam Menghadapi Krisis. Bandung: PT Karya Kita.

Dewi, Sutrisna. (2007). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET

Fathoni, Abdurrahman. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusun Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Gunawan, Iman. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hikmat, M. (2011). *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

_____. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

_____. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nova, Firsan. (2017). *Crisis Public Relations*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-
Teknik Koleksi Data Penelitian
Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian
Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan
Keunggulannya)*. Jakarta: PT.
Gramedia Widiasana Indonesia.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public
Relations dan Media Komunikasi*.
Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. (2008). *Manajemen Public
Relations dan Media Komunikasi:
Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta:
Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif, dan R &
D*. Bandung: ALFABETA.
- _____. (2010). *Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif, dan R &
D*. Bandung: ALFABETA.
- _____. (2011). *Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif, dan R &
D*. Bandung: ALFABETA.
- _____. (2012). *Memahami
Penelitian Kualitatif*. Bandung:
ALFABETA.
- _____. (2013). *Metode Penelitian
Pendidikan Pendekatan
Kuantitatif, Kualitatif, dan R &
D*. Bandung: ALFABETA.
- WEBSITE :**
- <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-40741155> (Diakses pada tanggal 27 Juli 2017, pukul 21:15)
- <https://www.kanalinfo.web.id/2016/03/pengertian-data-kuantitatif-dan-data.html?m=1> (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2017, pukul 23.20)
- <http://www.birohumas.balipro.v.go.id/index.php/profil/3/Fungsi-Biro-Humas-dan-Protokol> (Diakses pada tanggal 20 Oktober 2017, pukul 09.00)