

Strategi humas dalam menangani krisis : studi kasus media center KPU dalam menangani pemberitaan krisis pengadaan logistik pemilu legislatif 2004

Syahfany Irawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=79668&lokasi=lokal>

Abstrak

Krisis dalam suatu organisasi, merupakan masalah yang memerlukan perhatian dari semua pihak, baik dari pihak internal organisasi maupun dari pihak eksternal. Apalagi krisis yang kemudian berdampak pada pembentukan citra organisasi tersebut. Bila organisasi tidak mampu mengatasi krisisnya, maka citra negatif yang akan diperoleh organisasi itu. Terutama krisis yang terjadi dalam organisasi yang dipandang memiliki suatu pengaruh dalam masyarakat. Untuk itu diperlukan bantuan dari pihak Humas organisasi itu untuk membentuk citra positif organisasi tersebut. Tesis ini membahas strategi Media Center KPU dalam menangani pemberitaan krisis pengadaan logistik Pemilu Legislatif 2004. Dipilihnya KPU dalam penulisan tesis ini, karena dalam Pemilu 2004 sekarang, kinerja KPU menjadi sorotan masyarakat terutama mengenai pengadaan logistik Pemilu. Yang menjadi kajian dalam tesis ini yaitu pengadaan logistik Pemilu Legislatif 2004, Pembentukan Media Center KPU adalah untuk membantu tugas - tugas Biro Humas KPU, terutama dalam hal membina hubungan dengan media massa sehingga terbentuk hubungan positif dengan media. Seperti diketahui terbentuknya citra negatif KPU di publik karena akibat pemberitaan media yang selalu menyudutkan KPU. Oleh karena itu Media Center sebagai pihak yang mewakili Biro Humas, sebagai Humas, Media Center menerapkan strategi dalam membina hubungan dengan media massa agar citra negatif tidak terbentuk terus.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Wawancara dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data primer. Informan berasal dari pihak internal yaitu Wakil Kepala Biro Humas KPU, Media Adviser UNDP, Pimpinan pelaksana Media Center, Koordinator program. Pihak eksternal yaitu wartawan dari sebuah harian ibukota. Dokumen internal dan eksternal digunakan dalam rangka pengumpulan data sekunder.

Dalam membangun citra positif KPU, Media Center berusaha mengembangkan hubungan yang baik dengan publik internal maupun publik eksternal. Hubungan dengan publik eksternal terutama dilakukan dengan menjalin kerjasama yang berkelanjutan dengan media massa, hal ini terlihat bahwa setelah Pemilu selesai, bantuan dana dari UNDP ditiadakan, tetapi Media Center akan terus dilanjutkan keberadaannya walaupun nanti yang menjalankan Media Center adalah pars staf Biro Humas KPU sendiri bukan lagi dari pihak konsultan Public Relations. Taktik yang digunakan Media Center melalui pendekatan - pendekatan pribadi seperti pelayanan SMS broadcast. Strategi yang dilakukan Media Center sudah optimal, walaupun pemberitaan mengenai logistik Pemilu masih terus menyudutkan KPU, ini tidak lain disebabkan karena kinerja anggota KPU yang kurang optimal. Hal ini juga dikemukakan oleh seorang wartawan dari harian ibukota.

Visi dan Misi dibentuknya Media Center KPU adalah untuk membantu pihak KPU dalam membina

hubungan dengan publik eksternal, khususnya wartawan. Dan juga untuk mensosialisasikan kegiatan KPU mengenai pelaksanaan Pemilu kepada publik melalui pemberitaan di media.

Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa keberadaan Media Center dipandang positif oleh wartawan. Dan kesimpulan kami menyatakan hendaknya lembaga - lembaga pemerintah maupun swasta membangun Media Center yang sejenis dengan Media Center KPU.