

**MANAJEMEN ISU TERKAIT PEMBERITAAN KEBAKARAN HUTAN DAN
LAHAN HUMAS PT.RAPP DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA
PERUSAHAAN DI PROVINSI RIAU**

By : Astiyo
Astiyo.saputra@gmail.com

Consellor : Dr. Muhammad Firdaus M.Si
Majoring In Communication Faculty Of Social And Political Science
University Of Riau, Pekanbaru
Kampus Bina Widya Jl. HR Soebrntas Km. 12,5Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax 0761-63272

The development of issues through mass media both printed and online on the issue of forest fires and RAPP land can have a negative impact on the company's image. The emergence of various negative news through the mass media both print and electronic about PT. Riau Andalan Pulp and Paper related to forest and land fire issues RAPP can give negative reaction to public company in responding to media coverage. Therefore the company must have an effective issue management strategy to respond to the problem. The purpose of this research is to know the strategy of Corporate Communications Department of PT.RAPP in determining the strategy of problem management planning, issue management implementation and supervision of issue management through communication strategy activity related to the development of negative issue of forest fire and RAPP land.

The research method used in this research is qualitative method by assigning 5 (five) subject of research as informant through purposive technique. Management Strategy Public Relations Issues PT.RAPP In Maintaining Company Image Related News Forest Fire and Land in Riau Province. Information data obtained through observation, interviews, documentation. Data analysis techniques in this study using interactive data model Miles & Huberman. Data validation checks use optical elongation and triangulation techniques.

The results show that the Corporate Communications Department's issues management strategy is done by taking a planning strategy with environmental monitoring, gathering data around issues and developing communication strategies. Implementation is done by developing proactive policies, analyzing organizational relationships with stakeholders, preparing contingency plans and setting messages, goals and media. Supervision is conducted by monitoring issues that threaten and monitor the dynamics of issues, media monitoring, socialization and evaluation.

PENDAHULUAN

Humas atau *Public Relations* (PR) merupakan sebuah profesi untuk menjembatani komunikasi antara perusahaan dengan publiknya. Istilah *public relations* (PR) saat ini kerap kali digunakan oleh banyak perusahaan. Definisi *public relations* pada hakikatnya sebagai fungsi manajemen yang terdapat di perusahaan dalam upayanya menumbuhkan *good will* dari *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut. Dan di dalam beberapa bentuk perusahaan, *public relations* dipandang sebagai daya pendorong yang dapat membantu berbagai bidang yang ada dalam perusahaan tersebut.

Dari penjelasan di atas jelas bahwa PR merupakan suatu kegiatan yang salah satunya bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan citra yang positif dari publik atau masyarakat selaku *stakeholder*, dan kegiatan *public relations* dalam mencapai tujuan tersebut antara lain membentuk strategi dalam mengelola isu. Apabila praktisi PR dan pihak manajemen perusahaan membiarkan isu berdampak lebih buruk terhadap perusahaan dan berkembang dimasyarakat membentuk opini-opini yang bersifat negatif, maka praktisi PR dan pihak manajemen tersebut tengah membiarkan reputasi perusahaannya dalam situasi yang berbahaya.

Begitu juga dengan apa yang terdapat di Departemen *Corporate*

Communications (Corp Comm) yang terjadi di PT. Riau Andalan Pulp and Paper (PT.RAPP) yang bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan citra positif dengan membentuk strategi dalam pengelolaan isu serta menjalin hubungan yang baik dengan para *stakeholder* yang berada di lingkungan perusahaan. Semua divisi yang ada di struktur *corp comm*. Mempunyai tugas yang saling berhubungan sehingga membentuk suatu tim yang berfungsi untuk mengelola setiap isu yang berkembang dipublik. Tim ini bertanggung jawab membantu perusahaan mengidentifikasi, menganalisa dan mengelola isu-isu sosial, budaya, politik, ekonomi, dan lingkungan hidup yang dapat mengganggu aktivitas perusahaan. Oleh karena itu tim ini memiliki wewenang dalam proses pengambilan kebijakan publik.

Riau Andalan Pulp and Paper atau PT.RAPP sebagai perusahaan asing yang namanya cukup besar di Indonesia khususnya Riau, selalu diterpa isu yang berasal dari eksternal perusahaan dan terkadang isu tersebut berkembang menjadi negatif yang tidak baik bagi citra perusahaan. Oleh karena itu, PT.RAPP memahami akan pentingnya mengelola isu dengan memberikan informasi yang cukup bagi publiknya. Pembentukan strategi menjadi dasar dalam proses pengelolaan isu sehingga aktivitas ini berjalan dengan efektif.

Fenomena yang merupakan isu bagi PT.RAPP adalah kasus Kebakaran Hutan dan Lahan (Karhutla). Diposisi ini PT.Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) yang beroperasi di wilayah Riau, sejak tahun 1993. Sebagai perusahaan penghasil pulp dan kertas yang menggunkan bahan baku kayu. Diterpa isu melakukan pembakaran hutan dan lahannya untuk membuka perkebunan baru dimana salah satunya menyebabkan kabut tebal ditahun 2014-2015 tahun lalu. Diketahui kebakaran hutan dan lahan tidak hanya semata-mata terjadi pada lahan atau HTI perusahaan kertas saja tapi banyak perkebunan masyarakat dan perkebunan sawit yang terbakar yang menyebabkan asap.

Isu-isu ini banyak berkembang dimedia massa yang memberitakan bahwa RAPP salah satu perusahaan yang melakukan pembakaran hutan dan lahannya. Isu tersebut membuat PT.RAPP dalam posisi menjadi perhatian publik sehingga mempertanyakan kompetensi manajemen perusahaan. Oleh karena itu departemen *Corp Comm* PT.RAPP harus berkomunikasi dengan cepat, akurat dan teraampil dengan bebrapa kelompok penting seperti karyawan, media, *stakeholder*, bahkan pemerintah. Pada saat yang sama, tercipta kondisi yang akan menyulitkan para eksekutif untuk membuat keputusan yang baik dan berkomunikasi dengan cepat.

Sorotan publik terhadap kasus yang dialami PT.RAPP tentu membuat pihak media baik lokal maupun media media nasional memberitakan seputar isu negative yang melanda perusahaan. Namun dari hasil penelitian yang teah dilakukan, hanya sedikit media lokal baik media cetak maupun media online yang memberitakan isu tersebut, hanya banyak media-media baru yang memebritakan isu tersebut dan beberapa media nasional. Ini terjadi karena sebelumnya pihak RAPP telah melakukan hubungan baik dengan media lokal. Hal ini dikarenakan PT.RAPP khususnya Deapartemen *Corp Comm* memiliki strategi dalam mengelola setiap isu sehingga pemberitaan di media memuat informasi-informasi regular yang sesuai fakta dilapangan. Pemberitaan yang muncul selain di media cetak terdapat pula pemberitaan mengenai kasus Karhutla RAPP dilaman media portal elektronik Gagasanriau.com “PT. RAPP Dan 27 Perusahaan Dituntut Bertanggungjawab Dalam Kasus Karhutla”. Mendesak agar pihak penegak hukum terkait seperti kehati Riau bertindak tegas untuk mengusut PT.RAPP dan 27 Perusahaan lainnya. Karena mereka sudah melakukan kejahatan lingkungan.

Disinilah letak pentingnya peran PR dalam dalam sebuah perusahaan karena *public relations* bertanggung jawab membantu mengatasi isu dan krisis dengan cara menjamin bahwa

publik dilayani dengan baik oleh perusahaan. PR menyarankan manajemen untuk menerapkan strategi komunikasi dalam pengelolaan isu yang memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan situasi di lingkungannya. Salah satu upaya menyediakan informasi secara reguler adalah menyediakan informasi setiap saat dapat diakses media massa dan publik. Jika terdapat suatu kesalahpahaman publik menyangkut perusahaan dimana PR itu bekerja, maka menjadi tanggung jawab PR dengan strategi yang tepat dan efektif untuk memperbaiki citra perusahaan tersebut, bukan dengan memanipulasi atau memutarbalikan fakta yang bersifat pembelaan sementara, namun dengan menyampaikan fakta yang baik dan efektif serta tepat sasaran. Oleh karena itu *public relations* merupakan penentu baik atau buruknya citra perusahaan di mata publiknya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Manajemen Isu Terkait Pemberitaan Kebakaran Hutan Dan Lahan Humas PT.RAPP Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Public Relations

Definisi *public relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya.

Pendapat ini menunjukkan bahwa *public relation* dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi (Coulsin Thomas, 2002).

Pengertian *public relations* adalah interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena *public relations* merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan (Maria, 2002:7).

Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka merupakan komunikasi yang dinamis yang dimulai melalui kesan pertama yang menarik perhatian. Tradisi yang mengajarkan bahwa komunikasi antarpribadi melalui tatap muka mempunyai keuntungan yakni para komunikator dan komunikan dapat melibatkan komunikasi verbal sekaligus nonverbal, ekspresi fasial, jarak fisik, dan perilaku paralinguistik dengan sempurna. Kenyataannya komunikasi tatap muka dapat membuat manusia lebih akrab dengan sesamanya (Mulyana, 2005: 73).

Intinya *public relations* adalah suatu perencanaan yang mendorong untuk mempengaruhi persepsi

masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial berdasarkan suatu komunikasi timbal balik untuk mencapai keuntungan pada kedua belah pihak.

Strategi Manajemen Isu

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya (Effendy, 2007:32). Strategi merupakan metode dasar dalam bertindak, yaitu posisi umum atau pendekatan yang digunakan untuk mencapai goal dan objeknya. Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Analisis interaksi Manajemen isu merupakan proses perencanaan strategis terhadap isu atau titik balik negatif, sebuah proses yang mengubah beberapa resiko dan ketidakpastian dari keadaan negatif dan berusaha agar organisasi dapat mengendalikan sendiri aktivitasnya menurut Fearn–Banks (dalam Prayudi, 1998: 2).

Isu

Harrison (dalam Kriyantono, 2012:151) memberikan definisi bahwa isu adalah berbagai perkembangan, biasanya di dalam lingkungan publik, yang jika berlanjut, dapat secara signifikan memengaruhi operasional atau jangka panjang dari organisasi.

Dari tulisan Harrison (dalam Kriyantono, 2012:158), dapat dideskripsikan dua aspek jenis isu.

Pertama, aspek dampaknya. Ada dua jenis isu, yaitu defensive dan offensive isu. Defensive isu adalah isu-isu yang membuat cenderung memunculkan ancaman terhadap organisasi, karenanya organisasi harus mempertahankan diri agar tidak mengalami kerugian reputasi. Sementara, offensive isu adalah isu-isu yang dapat digunakan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

Kedua, aspek keluasan isu. Ada empat jenis isu, yaitu (1) isu-isu universal, yaitu isu-isu mempengaruhi banyak orang secara langsung, bersifat umum, dan berpotensi memengaruhi secara personal. (2) isu-isu advokasi, yaitu isu-isu yang tidak memengaruhi sebanyak orang seperti isu universal. (3) isu-isu selektif, yaitu isu-isu yang hanya memengaruhi kelompok tertentu. (4) isu-isu praktis, yaitu isu-isu yang hanya melibatkan atau berkembang di antara para pakar.

Citra

Citra merupakan tujuan pokok PR dari sebuah perusahaan. Terciptanya suatu citra perusahaan yang baik di masyarakat atau publiknya akan banyak menguntungkan. Misalnya, akan menularkan citra yang serupa kepada semua produk barang dan jasa yang dihasilkan, termasuk para pekerjanya yang akan menjadi kebanggaan tersendiri, akan menimbulkan *sense of belonging* terhadap perusahaan tempat mereka bekerja.

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan (Rakhmat, 2003:224). Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, tanggapan, atau perilaku tertentu. Penelitian citra memberi informasi untuk mengevaluasi, memperbaiki, sehingga dapat menghasilkan daya tarik dan meningkatkan citra yang diinginkan. Berkaitan dengan citra, Barthes (Prajarjo,2004:18), mengungkapkan bahwa citra itu sendiri sebagai pesan ikonik yang dapat dilihat dengan baik berupa adegan, lanskap, maupun realitas harafiah yang terekam. Citra tidak perlu dirancaukan dengan realitas itu sendiri meskipun ia merupakan analog yang sempurna.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset (Umar 2002: 208).

Mengklasifikasikan dan mengupas strategi-strategi pengelolaan isu yang diterapkan Departemen *Corporate Communications* PT. Riau Andalan Pulp and Paper sesuai dengan penjabaran teori tersebut. Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke

dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Adapula yang menyebutkan bahwa strategi sebagai rencana dan memberi penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan (Iriantara, 2005:89).

Penelitian dalam bentuk kegiatan strategi dalam penanganan isu oleh PT.RAPP yang mana departemen *Corp Comm* akan meneliti suatu isu yang berkembang melalui monitoring lingkungan, mengumpulkan data isu, dan mengembangkan strategi komunikasi. Tahapan manajemen isu inilah yang akan disampaikan kepihak manajemen mengenai isu atau permasalahan yang telah diteliti serta menyampaikan atau mengusulkan ideide apa yang perlu dilakukan dengan menimbang situasi & budaya disekitar lingkungan perusahaan. Dengan langkah ini PT.RAPP dapat mempersiapkan rencana pencegahan manajemen isu seperti apa yang diharus dilakukan jika peristiwa tersebut menimbulkan dampak terhadap PT. RAPP.

Konsep manajemen dalam pengelolaan isu di atas digunakan untuk menggambarkan bagaimana sebuah proses perusahaan atau instansi dalam mencapai respon positif khalayak terhadapnya, yaitu dengan mengelola isu negatif perusahaan yang berkembang di masyarakat sehingga isu tersebut kembali netral tanpa merugikan pihak manapun. Demikian

juga dengan Departemen *Corp Comm* PT.RAPP, dimana strategi yang mereka gunakan dalam upaya mengelola isu tentunya menginginkan respons dan citra yang baik dari masyarakat.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik tertentu secara faktual dan cermat, peneliti bertindak sebagai pengamat, mengamati gejala, serta mengobservasi perilaku yang terjadi.

Dalam hal ini peneliti mengamati gejala-gejala serta fenomena yang timbul di lapangan kemudian mengolahnya menjadi data. Dalam penelitian ini metode deskriptif berusaha mendeskripsikan Strategi manajemen isu Departemen *Corporate Communications* PT.RAPP untuk mempertahankan citra perusahaan.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci dengan melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi yang berlaku, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2004: 25). Secara umum, jenis penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami suatu

permasalahan sebagaimana adanya secara keseluruhan.

Subjek Penelitian

Teknik pengambilan informan pada penelitian ini adalah menggunakan *Purposive Sampling*, dimana yang dijadikan sebagai anggota informan diserahkan pada pertimbangan pengumpulan data yang berdasarkan atas pertimbangannya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian (Sukandarrumidi, 2004: 65).

Subjek dipilih secara *purposif* yaitu pemilihan informan dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja, secara khusus mereka yang dianggap memahami betul dan dapat memberikan informan yang benar berkaitan dengan masalah peneliti.

Objek Penelitian

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2007), menyatakan bahwa objek penelitian adalah karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan dilapangan mengenai strategi manajemen isu Departemen *Corporate Communications* PT. Riau Andalan Pulp and Paper. Penulis akan membahas baik itu strategi

perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan dalam manajemen isu.

Perencanaan Manajemen Isu Humas PT.RAPP Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Terkait Pemberitaan Kebakaran Hutan Dan Lahan Di Provinsi Riau.

Dalam tahapan ini organisasi mengambil langkah perencanaan pencegahan agar isu-isu tidak menjadi kerisis yang *real*. Membentuk langkah perencanaan yang bersifat strategis dalam melaksanakan manajemen isu sangat berpengaruh pada tingkat keberhasilan perusahaan dalam manajemen isu agar tidak berkembang terlalu jauh di publik atau masyarakat luas.

Strategi pada hakikatnya adalah suatu Perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*managemen*) untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya (Effendy, 2007:32). Perencanaan (*Planning*) adalah strategi yang meliputi penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) apa yang akan terjadi Ruslan (2014: 2). Strategi merupakan metode dasar dalam bertindak, yaitu posisi umum atau pendekatan yang digunakan untuk mencapai *goali* dan objek oleh PT.RAPP dalam mengatasi isu dijeaskan sesuai dalam strategi manajemen isu menurut Gonzalesz-Hererro dan Prat.

Monitoring lingkungan bisa dikatakan sebagai langkah awal melihat dinamika apa saja yang berkemungkinan menjadi isu yang berpotensi mengganggu kelancara perusahaan kedepannya, tahap ini dianggap sebagai langkah kesiapan perusahaan dalam menghadapi segala isu yang akan mengganggu citra perusahaan hasil dari dampak yang ditimbulkan. Kesiapan dan kesigapan perusahaan dalam menghadapi isu yang mengganggu dapat dilihat dari mekanisme yang dijalankan oleh perusahaan itu sendiri untuk memantau setiap perubahan yang terjadi di publik.

Prosedur yang dilakukan untuk mengidentifikasi sumber isu yang berpotensi menggagu citra perusahaan dilakukan dengan mengumpulkan data-data atau informasi yang lebih dalam dan pencarian fakta dilapangan dengan meninjau bidang-bidang yang menjadi prioritas PT.RAPP. Dengan mengkategorikan sumber isu dan pihak yang terkait isu berdasarkan bidang prioritas Departemen *Corp Comm* PT.RAPP dapat mempersempit fokus sumber-sumber isu yang muncul, sehingga sangat efisien dan tidak membuang percuma fokus serta tenaga. Setelah itu, pengumpulan data seputar isu Karhutla RAPP bisa dilakukan dengan mencari isu yang kompeten dari dalam maupun luar perusahaan.

Informasi seputar isu yantelah diidentifikasi sumber permasalahanny,

kemudian akan diambil langkah untuk mengumpulkan data-data yang dianggap penting dalam mengelola isu dan untuk mengambil kebijakan proaktif yang tepat nantinya. Untuk dapat mengidentifikasi isu, praktisi Humas (PR) perlu melakukan penelitian. Bila isu terjadi dengan cepat, penelitian harus dilakukan secara informal dan kilat (cepat). Pada hari itu juga tim akan diterjunkan untuk mengumpulkan data, hari itu pula kesimpulan harus ditarik. Hal ini hanya memungkinkan bila praktisi Humas mempunyai kecakapan dan kepekaan untuk mengumpulkan data (Ruslan 2002:94).

Isu yang strategis merupakan masalah yang dapat mempengaruhi operasional organisasi, misi dan nilai-nilai, tingkat layanan, *stakeholder* dan para pendukung, pembiayaan (*investor*), manajemen atau bisnis kontinuitas. Isu seperti ini akan berdampak serius terhadap perusahaan karena akan mengganggu operasional perusahaan untuk jangka waktu yang panjang. Sehingga tindakan penyusunan masalah harus selesai dengantingkatnya dan akan membantu perusahaan untuk membagi fokus dan konsentrasi terhadap isu.

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak

mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Menurut Effendy, dalam Ilmu Komunikasi teori dan praktek, strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) dapat berbeda sewaktu-waktu, tergantung pada situasi dan kondisi (Ruslan, 2004:111).

Untuk merespon perubahan yang terjadi dilingkungan operasional PT.RAPP akan segera menginvestigasi informasi serta data-data mengenai isu yang kemudian akan ditetapkan tujuan dengan membentuk perencanaan strategis. Karena itu dalam pelaksanaan membentuk dan mengembangkan strategi komunikasi adalah dengan menginvestigasi, menganalisis dan mengumpulkan ide-ide yang berkenaan dengan solusi pemecahan masalah. Tahapan ini dapat membantu menciptakan kebijakan yang diambil manajemen eksekutif dan membantu Departemen *Corp Comm* dalam proses pengolahan isu Kebakaran Hutan dan Lahan RAPP.

Pelaksanaan Manajemen Isu Humas PT.RAPP Dalam Mempertaahankan Citra Perusahaan Terkait Pemberitaan Kebakaran Hutan Dan Lahan Di Provinsi Riau.

George R. Terry (2006) mengemukakan bahwa Pelaksanaan (*Actuating*) merupakan usaha

menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran perusahaan dan sasaran anggota-anggota perusahaan tersebut oleh karena para anggota itu juga ingin mencapai sasaran tersebut. Dari pengertian di atas, pelaksanaan (*actuating*) tidak lain merupakan upaya yang dilakukan Departemen *Corp Comm* untuk menjadikan awal perencanaan menjadi kenyataan, dengan melalui berbagai pengarahan dan pemotivasian agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan peran, tugas dan tanggung jawabnya.

Tindakan atau respon PT.RAPP berbentuk kebijakan yang diambil mempengaruhi citra dan keberlangsungan operasional perusahaan jangka panjang. Menyiapkan kebijakan yang tidak merugikan pihak manapun menjadi keharusan suatu perusahaan ketika menghadapi suatu isu.

Menurut Smith (1990:26) Manajemen Resiko didefinisikan sebagai proses identifikasi, pengukuran dan kontrol keuangan dari sebuah resiko yang mengancam aset dan penghasilan dari sebuah perusahaan atau proyek yang dapat menimbulkan kerusakan atau kerugian pada perusahaan tersebut. Departemen *Corp Comm* manajemen resiko dengan menganalisis dan mengembangkan mitigasi berupa usaha untuk meminimalisir bencana yang timbul

apabil diperlukan. Hasil dari analisis berbentuk *short analyst* berdasarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan terhadap masalah yang dihadapi.

Strategi yang digunakan praktisi *public relations* dalam merespon isu menunjukkan bagaimana sikap yang diambil oleh organisasi pada saat isu sedang berlangsung. Sehingga posisi *public relations* dalam manajemen isu bisa diibaratkan sebagai ujung tombak. Agar fungsi strategis ini dapat dijalankan dengan baik, posisi bidang *public relations* harus langsung dibawah pimpinan puncak. Menurut Cutlip & Center (2006), dalam bukunya *Effektive Public Relations* mengatakan idealnya sebagai humas dimasukan dalam staf int, langsung berada dibawah pimpinan atau *top managers*, agar lebih mampu menjalankan tugasnya. Dengan posisi tersebut praktisi *public relations* dapat mengetahui secara langsung latar belakang dari suatu keputusan yang diambil oleh pimpinan lembaga, sehingga langsung mendapatkan bahan informasi untuk disampaikan kepada public yang bersangkutan.

Kebijakan operasional dan komitmen perusahaan yang selaras dengan keinginan masyarakat akan mempersempit gap antara keinginan masyarakat dan kebijakan yang berdampak akan berkurangnya isu yang menimpa perusahaan (dalam Kryantono, 2012:152). Oleh sebab itu agar fungsi ini dapat berjalan dengan baik, posisi

Corp Comm sebagai praktisi PR harus langsung dibawah pimpinan atau manajemen eksekutif, dengan demikian Departemen *Corp Comm* mempunyai wewenang yang memungkinkan fungsi tersebut dapat berjalan dengan efektif.

Pengawasan Manajemen Isu Humas PT.RAPP Dalam Mempertaahankan Citra Perusahaan Terkait Pemberitaan Kebakaran Hutan Dan Lahan Di Provinsi Riau.

Penerapan fungsi manajemen yang terakhir adalah pengawasan. Diantara beberapa fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan, fungsi pengendalian (*controlling*) juga tidak kalah pentingnya. Pengawasan Mulyasa (2002:21), deartikan sebagai upaya untuk mengamati secara sistematis dan berkesinambungan, merekan, member penjelasan, petunjuk, pembinaan dan meluruskan berbagai hal yang kurang tepat, serta memperbaiki kesalahan (dalam Onika, 2013:18).

Strategi manajemen isu Departemen *Corp Comm* PT.RAPP berjalan cukup efektif dilihat sedikitnya pemberitaan di media massa mengenai isu Kebakaran hutan dan lahan RAPP. Proses yang sistematis dan terstruktur menjadi kunci keberhasilan Departemen *Corp Comm* PT.RAPP dalam menanggapi atau merespon terpaan isu. Hambatan yang berasal dari dalam maupun luar

perusahaan tidak terlalu berati sehingga kegiatan operasional perusahaan tetap berjalan dengan baik.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

- 1) Departemen *Corporate Communications (Corp Comm)* mengambil langkah-langkah strategi dengan tujuan untuk mengelola manajemen isu dengan menjalankan hubungan baik dengan media dan melihat perkembangan di Publik atau masyarakat melalui aktivitas *fact sheet*. Informasi seputar isu digali dan dikaji lebih dalam sehingga sumber isu bisa diketahui dan sumber apa saja yang menjaadi prioritas yang yang berhubungan dengan isu yang terjadi. Untuk menyelesaikan isu Departemen *Corp Comm* berseta pihak manajemen PT.RAPP meerespon dengan melakukan intervensi isu dan Departemen *Corp Comm* harus segera mengelola isu dengan menyusun dan mengembangkan strategi baik dari perencanaan, pelaksanaa maupun pengawasan tindakan.
- 2) Hasil Penelitian mengenai fakta dari isu oleh Departemen *Corp Comm* dilakukan dengan analisa

risiko dan ditinjau apakah risiko yang ditimbulkan rendah, memonitoring dinamika masalah dimasyarakat dan apakah masalah dari isu tersebut mungkin menjadi krisis dimasyarakat dan dapat mempengaruhi bisnis atau operasional perusahaan. Untuk mendapatkan informasi lebih lanjut perihal penanganan isu dan krisis, Departemen *Corp Comm* mencari masukan dan saran dari pihak manajemen atasan dan para ahli yang lebih tepat agar tindakan yang dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan. Kemudian dibentuk berupa *short analyst* atau analisi singkat berdasarkan permasalahan serta dimana kekuatan dan kelemahan perusahaan terhadap masalah yang sedang dihadapi. Strategi komunikasi yang dibentuk dengan mempersiapkan *Draft holding statement, press release, press conference* dan melakukan *media visit*.

- 3) Departemen *Corporate Communications* PT. Riau Andalan Pulp and Paper melakukan pengawasan kinerja yang telah dilakukan dengan melakukan monitoring dinamika masalah dimasyarakat dan *media monitoring* untuk melihat sejauh mana keberhasilan dari strategi yang telah dilakukan dan masih adakah pemberitaan tentang isu Karhutla dan perlu dilakukan

evaluasi terhadap strategi yang telah dilakukan guna untuk mengetahui strategi yang direncanakan dan dilaksanakan berjalan sesuai tujuan dari perusahaan. Selain itu Departemen *Corp Comm* tetap melakukan sosialisasi tentang program dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan pencegahan Kebakara Hutan dan Lahan di Perusahaan.

Saran

- 1) Departemen *Corp Comm* harus wajib mengembangkan strategi dalam mengelola isu karena mengingat faktor-faktor yang menyebabkan munculnya isu akan terus berkembang. Melakukan pendekatan kepada *stakeholder* harus terus dilakukan karena *stakeholder* cepat atau lambat akan terus berganti. Missal para pejabat yang memang memiliki siklus pergantian jabatan atau wartawan dan media yang terus berkembang dan bertambah baik *online* maupun konvensional.
- 2) PT.RAPP sebaiknya juga melihat opini-opini negative yang ditimbulkan oleh seseorang atau tokoh penting dimasyarakat. Dikarenakan opini tersebut walaupun hanya opini-opini kecil namun secara tidak sadar akan menjadi besar dan dapat mempengaruhi opini masyarakat lain yang bisa berdampak pada

pandangan negatif terhadap PT.RAPP sebagai perusahaan pembuat bubur dan kertas. Dengan lebih aktif PT.RAPP dalam menanggapi opini-opini bersifat individu tersebut, opini yang bersifat seperti virus tidak akan menyebar dan mempengaruhi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, Chaedar, 2002, *Pokoknya Kualitatif (Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif)*. Dunia Pustaka Jaya, Jakarta.
- Ardianto Elvinaro, 2013. *Public Relations Pengantar Komprehensif*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Agung, I Gusti Ngurah, 1998. *Metode Penelitian Sosial 1 & 2*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Cutlip, Center, 2006. *Effektive Public Relations*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Cangara, Hafied, 2009, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Coulson-Thomas, Colin, 2002, *Public relations: pedoman praktis untuk PR*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 2007. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Firsan Nova, 2009. *Crisis Public Relation*, Penerbit Grasindo. Jakarta.
- Iriantara, Yosol, 2005. *Media Relations; Konsep Pendekatan, dan Praktik*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Jefkins, Frenk, 2003. *Public Relations*. Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat, 2012. *Public Relation & Crisis Management*. Kencana, Jakarta.
- _____, 2006, *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana, Surabaya.
- Kasali, Rhenald, 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT. Pusaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Manurung laurensius, 2010. *Strategi dan Inovasi Model Bisnis*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Rosdakarya, Bandung.
- Moleong, L. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Prayudi, 2012. *Public Relations Strategik*. Yogyakarta: Komunikasi UPN Press.
- Patilima, Hamid, 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta..
- Rasyid, Anuar, 2011. *Dasar-Dasar Public Relations*. CV. Witra Irzan Pekanbaru. Universitas Riau.
- Ruslan, Rosady, 2004. *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____, 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____, 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Konsep dan Aplikasi* Rajawali Pers. Jakarta.
- R. Terry, George, 2006. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Wasesa agung silih, 2006. *Strategi Public Relation* .PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sumber lain:

Permana, Raditty, 2016. *Strategi Manajemen Isu Dalam Mempertahankan Citra*

Perusahaan (Studi Pada Departemen *Policy, Government, and Public Affairs* Rumbai PT. Chevron Pacific Indonesia), Universitas Riau. (Skripsi).

Prayudi, 1998. *Strategi Komunikasi Dalam Menghadapi Krisis*. Jurnal FISIP UPN. Yogyakarta

<http://gagasanriau.com/news/detail/21457/pt-rapp-dan-27-perusahaan-dituntut-bertanggungjawab-dalam-kasus-karhutla> diakses tanggal 21 february 2017 pukul 07.15 WIB

www.aprilasia.com diakses tanggal 20 januari 2017 pukul 09.10 WIB

Data-data pengklipingan dari pihak perusahaan PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP).