

Pelatihan Penanganan Krisis Korporat Pada Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

Radita Gora Tayibnapis¹, Fitria Ayuningtyas²

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Jalan RS. Fatmawati Raya, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Depok, Jawa Barat 12450 – Indonesia

*Email: radita.gora@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia memiliki andil yang begitu besar dalam komunikasi publik terkait pelayanan kesehatan terutama dari sisi komunikasi dan informasi. Tentu Humas juga perlu menangani persoalan isu dan krisis. Hal ini terlihat dari banyaknya rumah sakit yang begitu bermasalah dengan pasien sehingga berdampak krisis. Termasuk Kementerian kesehatan dalam beberapa kasusnya yang turut menyeret isu dan krisis. Sehingga hal ini penting bagi humas Kementerian Kesehatan untuk memiliki keahlian dalam penanganan krisis korporat mulai dari menentuakn langkah strategi penanganan krisis kemudian melakukan riset untuk menentukan langkah strategis. Sehingga melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan keahlian yang strategis, kemampuan berpikir taktis berdasarkan identifikasi permasalahan hingga menerapkan kemampuan berbicara di depan publik untuk menjalin relasi dengan *stakeholder* baik dalam internal maupun eksternal, serta pengembangan hubungan lanjutan. Berdasarkan hasil kegiatan menunjukkan bahwa kompetensi humas pemerintah sudah berada diatas rata-rata dalam penanganan isu dan krisis, namun hal penanganan krisis awalnya masih berada pada tingkat teknis, belum mempelajari pendalaman peran komunikasi secara manajerial dan peran strategis public relations dalam mengoptimalisasikan komunikasi untuk penanganan isu dan krisis di Kementerian. Dalam implikasinya juga menghasilkan kemampuan akhir berupa keahlian dalam Menyusun proposal penanganan isu dan krisis, dan juga membuat rilis untuk dismapaikan ke media secara tertulis.

Kata Kunci: Lembaga Pemerintah, Krisis Korporat, Peran humas

ABSTRACT

Government agencies such as the Ministry of Health of the Republic of Indonesia have a very large role in communicating to the public and also determine health access policies that can coordinate hospitals in determining health service standards and also develop information and communication services to the public. The Ministry of Health itself also plays a role in providing information to the public and is inseparable from issues and crises. This can be seen from the many hospitals that have problems with patients so that there are issues that cause a crisis in the hospital. Including the Ministry of Health in several of its cases which also dragged issues and crises at the Ministry. So it is important for the public relations of the Ministry of Health to have expertise in handling corporate crises, starting from determining strategic steps for handling crises, then monitoring the media, then conducting research to determine strategic steps, to applying the ability to speak in public to establish relationships with stakeholders both in internal and external, as well as further relationship development.

Keywords: Government Agencies, Corporate Crisis, Public Relations Role

DOI: <https://10.55983/empjcs.v2i5.407>

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan berpotensi menghadapi situasi krisis yang dapat merusak reputasi dan stabilitas mereka. Situasi krisis perusahaan dapat berkisar dari kegagalan produk, skandal manajemen, hingga bencana alam yang mempengaruhi operasional perusahaan. Dalam menghadapi situasi ini, peran Humas menjadi sangat penting. Humas berperan dalam merencanakan, mengelola, dan meminimalkan dampak negatif dari situasi krisis perusahaan.

Pertama-tama, humas memiliki peran strategis dalam merencanakan tanggapan perusahaan terhadap situasi krisis (Komunikasi & 2018, n.d.). Mereka berperan dalam menyusun rencana kontinjensi yang melibatkan berbagai aspek perusahaan, termasuk komunikasi internal dan eksternal, koordinasi dengan media, dan pembentukan tim respons krisis. Dalam tahap perencanaan ini, humas harus menganalisis situasi dengan cermat, mengidentifikasi potensi risiko, serta merancang strategi komunikasi yang efektif untuk menjaga kepercayaan pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya (Grunig, et.al., 2002).

Kemudian, humas juga bertanggung jawab dalam mengelola situasi krisis perusahaan secara transparan dan efisien. Mereka berperan dalam menyediakan informasi yang akurat dan terkini kepada masyarakat, sehingga dapat meminimalisir spekulasi dan rumor yang dapat merusak reputasi perusahaan (Studi Akuntansi et al., 2012). Humas harus mengadopsi pendekatan komunikasi terbuka dan jujur, mengakui kesalahan yang terjadi, memberikan penjelasan yang jelas, dan menyampaikan langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi situasi krisis. Dengan melakukan hal ini, humas dapat membantu membangun kembali kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan (Anthonissen, 2008).

Selain itu, humas juga memiliki peran penting dalam mengelola hubungan dengan media selama situasi krisis perusahaan (Safarati et al., 2020). Mereka harus menjadi juru bicara yang efektif dan menjalin hubungan yang baik dengan jurnalis. Humas harus memberikan informasi yang akurat, memberikan penjelasan yang memadai, dan tetap terbuka terhadap pertanyaan dan kekhawatiran media. Dengan berkomunikasi dengan media secara efektif, PR dapat membantu mengarahkan narasi yang beredar dan mengendalikan penyebaran informasi yang salah (Grunig, et.al., 2002).

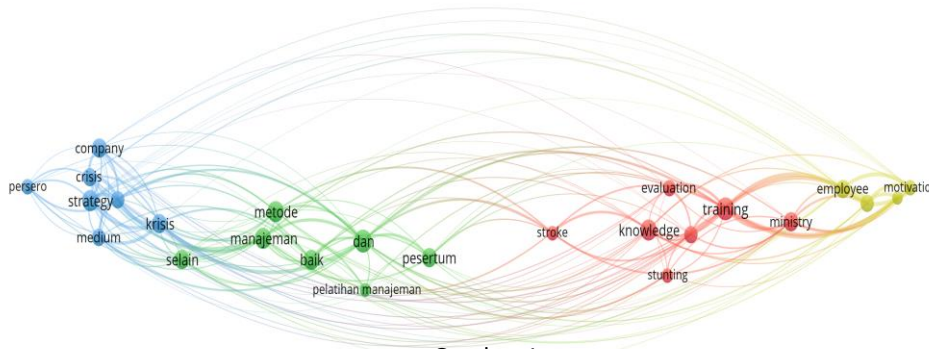
Terakhir, humas juga berperan dalam membangun citra positif perusahaan setelah melewati situasi krisis. Setelah situasi krisis mereda, humas harus melibatkan diri dalam upaya pemulihan reputasi perusahaan (Niati et al., n.d.). Mereka harus merancang strategi komunikasi untuk mengedepankan keberhasilan dan prestasi perusahaan, memperkuat komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial, dan membangun kembali kepercayaan masyarakat. Humas harus terus mengawasi persepsi publik terhadap perusahaan dan melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk memperbaiki citra perusahaan (Nova, 2012).

Secara keseluruhan, dalam situasi krisis perusahaan, peran Humas sangat penting. Humas membantu perusahaan merencanakan dan mengelola situasi krisis dengan bijaksana, mengelola komunikasi dengan masyarakat, media, dan pemangku kepentingan, serta membangun kembali citra perusahaan setelah melewati masa sulit. Dengan adanya humas yang kompeten dan efektif, perusahaan dapat menghadapi situasi krisis dengan lebih baik, meminimalkan dampak negatifnya, dan mempertahankan reputasi mereka dalam jangka panjang.

Perihal krisis tidak hanya dialami oleh perusahaan atau lembaga swasta saja, namun juga terjadi pada lembaga pemerintah. Lembaga pemerintahan merupakan entitas yang bertanggung jawab atas pengelolaan negara dan pelayanan publik (Sunarto, 2013). Namun, seperti halnya perusahaan, lembaga pemerintahan juga rentan menghadapi situasi krisis yang dapat menggoyahkan stabilitas dan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Krisis dalam konteks lembaga pemerintahan dapat meliputi skandal politik, kegagalan kebijakan, korupsi, krisis ekonomi, dan konflik sosial (Ganiem, Leila Mona; Kurnia, 2019).

Dalam menghadapi krisis pada lembaga pemerintahan, peran Humas di pemerintahan menjadi sangat penting. Humas memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mengelola, dan memulihkan reputasi pemerintah dalam situasi sulit ini (Wiediawati et al., n.d.).

Berdasarkan dari penelitian terdahulu dan jurnal pengabdian masyarakat terdahulu, pelatihan yang dilakukan di Kementerian Kesehatan berlaku pada pelatihan dan pembinaan berkaitan langsung dengan Kesehatan bukan seputar kolaborasi dengan bidang Ilmu Komunikasi ataupun informasi. Sedangkan penerapan praktik pelatihan mengenai krisis perusahaan dan manajemen krisis lebih banyak membahas tentang penerapan manajemen krisis pada public relations pada perguruan tinggi, ataupun Lembaga atau perusahaan yang tidak berhubungan dengan bidang Kesehatan dan Rumah Sakit.



Gambar 1.
Gap Research Pelatihan dan Pembinaan Krisis Public Relations

Kegiatan pengabdian yang biasa dilakukan dengan Kerjasama Kementerian Kesehatan lebih banyak seputar Kesehatan, pengendalian Kesehatan masyarakat, dan pembinaan pelayanan Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu) selain itu juga pelatihan dan sosialisasi atau himbauan terakut dengan kesehatan secara umum (Manalor et al., 2023; Rowa et al., 2022; Sudayasa et al., 2023).

Selain itu pada pelatihan penanganan krisis lebih banyak diperuntukkan pada perusahaan yang mencakup industri manufaktur, kemudian praktik public relations atau pelatihan membangun strategi public relations di industri namun tidak ada yang

memfokuskan pada pelatihan khusus untuk Rumah Sakit dan bidang Kesehatan (Amboningtyas & aneu, 2019; Nasution et al., 2022; Yusiayaka, 2012).

Berdasarkan analisis sitasi yang telah dilakukan oleh penulis disini, kemudian ada ketertarikan dari penulis untuk mengambil tema pelatihan public relations khusus untuk Kementerian Kesehatan dan juga Rumah Sakit. Mengingat masalah Kesehatan menjadi krusial bagi masyarakat.

Penting bagi humas untuk merencanakan tanggapan Krisis. Humas harus merencanakan tanggapan krisis yang efektif dan terkoordinasi. Mereka perlu menyusun rencana komunikasi yang mencakup strategi komunikasi internal dan eksternal, identifikasi pemangku kepentingan yang terlibat, serta mempersiapkan pesan yang jelas dan konsisten untuk menjaga kepercayaan publik. Selain itu penting bagi humas untuk mengelola komunikasi, yang dimana Humas harus menjadi jembatan komunikasi antara lembaga pemerintahan dan publik (Lerbinger, 2005). Mereka harus menyediakan informasi yang akurat, transparan, dan terkini kepada masyarakat. Dalam situasi krisis, kejujuran dan keterbukaan adalah kunci untuk membangun kembali kepercayaan publik. Humas harus berkomunikasi dengan jelas dan memberikan penjelasan yang memadai terkait kejadian krisis dan langkah-langkah yang diambil pemerintah untuk menanganinya.

Humas juga memiliki peran manajerial yang diantaranya mengelola dan berhubungan dengan manajemen Media (Gora, 2019). Humas bertanggung jawab dalam mengelola hubungan dengan media. Mereka harus memastikan bahwa pesan pemerintah disampaikan dengan baik melalui media. Humas harus menjalin hubungan yang baik dengan jurnalis, memberikan informasi yang akurat, dan menjawab pertanyaan media dengan transparan. Dengan mengelola media dengan baik, Humas dapat mengendalikan narasi yang berkembang dan meminimalisir penyebaran informasi yang salah.

Membangun Kembali citra Pemerintah menjadi salah satu tugas dan kewajiban dari humas. Setelah krisis mereda, humas harus terlibat dalam upaya membangun kembali citra pemerintah. Mereka harus merancang strategi komunikasi yang menyoroti prestasi, perbaikan, dan komitmen pemerintah untuk memperbaiki keadaan. Humas harus bekerja sama dengan pemerintah dalam mengimplementasikan kebijakan yang dapat memulihkan kepercayaan publik dan membangun kembali hubungan yang baik dengan masyarakat (Rice, Ronald E.;Atkin, 2001).

Memonitor Persepsi Publik. Humas harus secara aktif memantau dan menganalisis persepsi publik terhadap pemerintah. Memahami pandangan dan kekhawatiran masyarakat, humas dapat mengambil tindakan praksis. Seperti halnya yang dilakukan humas pada Kementerian Kesehatan, penting untuk mengotimalisasikan peran humas dalam menangani kasus-kasus yang mengancam reputasi dan citra lembaga pemerintahan di Kementerian Kesehatan.

Peran Humas di pemerintahan hampir memiliki peran yang sama, tak terlepas pada Kementerian Kesehatan sangat penting dalam membangun komunikasi dan hubungan yang baik antara Kementerian Kesehatan dengan publik, termasuk media massa, masyarakat umum, dan berbagai pihak terkait lainnya.

Humas berperan dalam pengembangan komunikasi Publik. Humas bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat, terkini, dan mudah dipahami tentang kebijakan, program, dan layanan yang disediakan oleh Kementerian Kesehatan. Mereka berperan dalam memastikan bahwa publik memiliki pemahaman yang jelas tentang isu-isu

kesehatan yang relevan dan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk menjaga kesehatan mereka .

Adapun humas juga penting dalam menjalin hubungan yang baik dengan media massa (media relations). Tim humas perlu menyediakan informasi kepada media, mengoordinasikan wawancara dengan pejabat Kementerian Kesehatan, dan merespons pertanyaan atau permintaan informasi dari media. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa laporan media tentang kesehatan dan program Kementerian Kesehatan akurat dan mencerminkan tujuan dan upaya Kementerian.

Selain itu tindakan praktis dalam penyuluhan dan kampanye kesehatan, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu kesehatan yang penting. Mereka mengorganisir dan mendukung kegiatan seperti seminar, lokakarya, penggalangan dana, dan kampanye kesadaran kesehatan yang bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku yang lebih sehat di antara masyarakat.

Dalam situasi krisis, tentu respons, krisis sangat diperlukan dalam situasi krisis kesehatan, seperti wabah penyakit atau bencana alam yang berdampak pada kesehatan masyarakat, Humas berperan penting dalam menyampaikan informasi yang akurat dan terkini kepada publik. Mereka membantu mengelola dan mengkoordinasikan respons krisis dari segi komunikasi, termasuk memberikan peringatan dini, petunjuk tindakan, dan memadamkan rumor atau informasi yang salah.

Pada kementerian kesehatan kerap kali ditempa masalah bukan hanya pada waktu pandemi Covid 19 saja terkait vaksinasi ataupun penanganan medis bagi para penderita Covid 19, namun juga beberapa kasus yang terjadi sehari-hari misalkan adanya peredaran obat-obatan paracetamol yang dinilai berbahaya karena ditemukan beberapa gejala kronis yang dialami oleh anak-anak dan dewasa akibat mengkonsumsi paracetamol sehingga Kementerian Kesehatan harus turun tangan mengatasi permasalahan tersebut dan menarik produk dari peredaran sehingga Kementerian Kesehatan dinilai telah merugikan beberapa brand dan perlu bertanggung jawab terhadap peredaran obat-obatan tersebut meskipun tidak bisa dinyatakan bersalah namun bagi Kementerian Kesehatan perlu untuk dilakukan antisipasi penanganan terutama dalam hal menjalin hubungan dengan stakeholder hubungan eksternal maupun internal.

Kemudian melakukan monitoring dan evaluasi. Humas juga bertanggung jawab dalam memantau dan mengevaluasi keberhasilan komunikasi dan kegiatan publik Kementerian Kesehatan. Mereka menggunakan alat pengukuran seperti survei opini publik dan analisis media untuk mengevaluasi efektivitas pesan dan strategi komunikasi yang digunakan (Nova, 2012).

Dalam keseluruhan, peran Humas Kementerian Kesehatan adalah untuk memastikan terjalannya komunikasi yang efektif dan transparan antara Kementerian Kesehatan dengan publik, serta membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang isu-isu kesehatan yang relevan (Sekarwulan & Purwanto, 2020). Sehingga dalam hal ini penting bagi kementerian kesehatan untuk memiliki keahlian dan mendapatkan pelatihan serta pembinaan untuk peningkatan keahlian dalam mengelola citra dan reputasi dari pihak akademisi serta melakukan analisis terhadap persepsi publik di media sosial (Sunarto, 2013).

Sehingga disini peran Dosen Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) memberikan pelatihan praktis kehumasan yang

sesuai dengan kaidah kerja kehumasan di pemerintahan untuk melakukan kerja humas sesuai perannya dan tidak bias dengan peran kerja divisi lain. Selain itu juga pelatihan kehumasan pada humas Rumah Sakit Pemerintah yang mencakup rumah sakit Pusat, Rumah Sakit Daerah dan Rumah sakit dibawah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sehingga disini bagaimana bentuk pelatihan dalam bentuk seminar kepada para divisi humas Kementerian Kesehatan? Dalam kegiatan ini tentunya bertujuan untuk memberikan penambahan wawasan kepada para praktisi humas dalam memiliki keahlian dalam mengelola kemampuan komunikasi dan membina reputasi atau citra perusahaan.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan pada bulan 06 – 8 Oktober 2022 di Convention Hall Hotel Harris Summarecon, Bekasi, Jawa Barat pada pukul 10.00 – 13.00 WIB. Pada acara yang diselenggarakan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) tersebut berjudul “Workshop Kompetensi Kehumasan Dalam Bidang Pelayanan Kesehatan” dengan pembicara dari Ketua Program Studi Sains Informasi, Dr. Radita Gora Tayibnapis, MM dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta, Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si.

Peserta yang hadir merupakan Humas dari Rumah Sakit Umum Pusat, Rumah Sakit Umum Daerah, kemudian Rumah Sakit dibawah naungan Badan Usaha Milik Negara. Selain itu juga humas dari Dinas Kesehatan setempat, dan Humas dari Kementerian Kesehatan.

Acara yang diselenggarakan selama 3 hari tersebut tidak hanya seputar penanganan krisis saja, namun juga mencakup bagaimana membangun komunikasi dengan stakeholder dan juga masyarakat dan melakukan presentasi dihadapan stakeholder baik di internal maupun eksternal. Pada acara ini narasumber juga didampingi oleh host dan moderator, Auliyana, Zahrawani dari Humas Kementerian Kesehatan yang turut mengkoordinir kegiatan dan acara yang diselenggarakan oleh kementerian kesehatan tersebut.

Kegiatan workshop yang diselenggarakan oleh Kementerian Kesehatan RI ini dihadiri oleh 110 orang lebih yang keseluruhan merupakan peserta dari Kementerian kesehatan RI, Departemen Kesehatan, dan juga Humas Rumah Sakit Pemerintah. Acara diawali dengan pembukaan dari Kementerian kesehatan RI yang dihadiri oleh peserta dan internal kementerian, kemudian masuk pada materi narasumber utama.

Kegiatan PKM ini dimulai dengan pemberian gambaran tentang pentingnya peran humas secara umum baik dari segi teknis hingga manajerial (Dumilah et al., n.d.). Kemudian menjelaskan tentang pandangan isu dan krisis dari perspektif humas dimulai dari penjelasan mengenai isu terlebih dahulu, timbulnya isu di perusahaan dan jenis-jenis isu perusahaan termasuk lembaga pemerintah, hingga menjelaskan tentang masalah krisis pada korporat termasuk dari sumber krisis korporat, jenis-jenis krisis, anatomi krisis dan bentuk penanganan krisis secara umum.

Upaya untuk memberikan arahan tentang peran humas dan penanganan krisis tentu diperlukan pemikiran terbuka (*open minded*) dengan memberikan arahan terkait peran humas di era digital. Adapun humas juga penting untuk bekerja secara komunikatif dan sesuai dengan kaidah manajerial dalam mengatasi masalah krisis dan diberikan pengetahuan dasar mengenai fungsi digital pada peran komunikasi korporat (Studies & 2019, 2021).

Model pelatihan ini dalam bentuk ceramah dan presentasi slide. Kemudian Pelatihan Simulasi yang dimana metode ini melibatkan simulasi situasi krisis di mana peserta pelatihan berperan sebagai anggota tim respons krisis atau pemimpin perusahaan. Mereka dihadapkan pada skenario krisis yang realistis dan harus merespon dengan strategi komunikasi yang tepat. Pelatihan simulasi memungkinkan peserta untuk berlatih secara langsung dalam lingkungan yang terkendali dan memberikan umpan balik instan.

Selain itu juga paparan studi Kasus nyata atau fiktif adalah metode yang efektif untuk melibatkan peserta dalam mempelajari penanganan krisis komunikasi. Peserta diberi kesempatan untuk menganalisis kasus yang terjadi di perusahaan lain dan mengidentifikasi langkah-langkah yang diambil dalam mengelola komunikasi krisis. Ini membantu peserta untuk memahami tantangan yang mungkin dihadapi dalam situasi serupa dan mengembangkan strategi yang lebih baik (Franklin et al., 2012).

Selain itu pelatihan Komunikasi Krisis Online yang menggunakan medium komunikasi digital yang mengikuti perkembangan dari Digital Public Relations yang memanfaatkan peran digital dari Humas memanfaatkan berbagai platform digital dan juga optimalisasi perangkat digital yang ada untuk memaksimalkan pelayanan dan fasilitas kepada publik.

Hasil dan Pembahasan

Pada topik yang dibawakan oleh narasumber, Dr. Radita Gora Tayibnapis, MM seputar penanganan krisis untuk rumah sakit dan juga Kementerian kesehatan. Selain itu juga mengidentifikasi dan mengenal khalayak dari rumah sakit ataupun khalayak kementerian dan juga penanganan menghadapi khalayak sesuai dengan kaidah dalam kehumasan. Beberapa hal yang ditekankan oleh Radita disini adalah peran humas pemerintah dan rumah sakit dengan membangun kembali citra Pemerintah, memonitor persepsi publik, pengembangan komunikasi publik, kemudian menjalin hubungan yang baik dengan media massa, serta cepat dan tanggap terkait respon krisis.

Humas dalam Kementerian perlu memelihara saluran komunikasi terbuka dengan publik dan memberikan informasi yang cukup, memungkinkan warga negara membuat keputusan yang cerdas terkait kebijakan dan aktifitas mereka. Hal ini perlu dilakukan oleh Humas Pemerintah Daerah dan lokal serta Humas pemerintah pusat dalam memfasilitasi komunikasi dengan publik, dan menyosialisasikan kebijakan pemerintah.



Gambar 1. Paparan saat menyampaikan Paparan mengenai penanganan krisis Kehumasan

Peran penting bagi humas pemerintah untuk melepaskan pola kehumasan masa lalu yang cenderung feodal atau banyak menutup diri dari publik (dalam praktik dan kasusnya) serta banyak mengabaikan komplain dari pelanggan atau pasien dengan melakukan upaya *defense* dari pelanggan rumah sakit sehingga menimbulkan kesenjangan. Humas pemerintah perlu secara terbuka dan disruptif untuk membuka keterbukaan komunikasi secara baik, berkesinambungan, terjadi dua arah dan optimalisasi menggunakan perangkat digital seperti melalui media sosial, forum FAQ website, ataupun secara *face to face* dengan tamu rumah sakit.

Tanggapan terhadap bentuk respon terhadap publik, maka pihak humas di Rumah Sakit maupun di Kementerian bisa memanfaatkan media sosial. Adanya media sosial justru makin mempermudah berhubungan publik dan juga menanggapi komplain dari pelanggan atau pasien yang bisa dibaca dan direspon. Sehingga penting bagi rumah sakit maupun Kementerian untuk merekrut pegawai PNS maupun Non PNS yang khusus di bidang Social Media Specialists yang juga bisa menjalankan peran rangkapnya sebagai pelayanan informasi publik dan mendukung humas dalam menangani complain atau tanggapan dari pasien atau pelanggan.

“Di era digital seperti saat ini Indonesia juga turut mengalami bonus demografi yang bisa bergerak adaptasinya di tahun 2023, sehingga perusahaan pun harus berdisruptif dalam mengadaptasi pekerjaan baru yang salah satunya adalah tenaga social media specialists.”

Peran humas sejauh ini hanya dinyatakan sebagai peran pemadam kebakaran atau hanya peredam konflik, isu maupun krisis belaka, namun itu hanya tersirat secara teoritis dan ranah praktisnya belum terlaksana secara optimal. Oleh karena itu dalam workshop ini, Radita juga menjelaskan bahwa hal-hal yang perlu ditanggapi secara serius tidak hanya sebatas teoritis saja, namun implementasi praktisnya juga perlu dilaksanakan. Pendidikan humas yang kerap berorientasi pada Pendidikan komunikasi, nyatanya tidak selalu dijalankan oleh para lulusan komunikasi, dan ada kecenderungan dari lulusan lain yang memiliki jurusan yang berbeda.

Humas, sebagaimana Public Relations, menurut Grunig, perlu untuk menjalankan peran utama sebagai koalisi dominan yang mampu menjembatani komunikasi secara internal mencakup General Affairs, Human Resource Department, Marketing, dan Finance. Namun di satu sisi Humas juga perlu menjalankan perannya sebagai pengembangan hubungan eksternal kepada public affairs, komunitas, organisasi, dan kelompok masyarakat lainnya.

Tidak mudah bagi Public Relations untuk menjalankan fungsi koalisi dominan mengingat pengakuan terhadap Public Relations ini masih minim di Indonesia karena pekerjaan Public Relations masih bersifat multitasking bahkan tak sedikit yang membiaskannya dengan pekerjaan marketing. Sehingga perlunya peran institusi Pendidikan maupun kesadaran dari institusi pemerintahan untuk memisahkan peran humas dan marketing atau dengan bagian social media staff (Munandar, 2016).

Radita memberikan gambaran peran Humas selayaknya Public Relations menurut James E Grunig, yaitu menjalankan 4 model Public Relations. Pada gambaran tersebut dalam dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Empat Model Public Relations Gurnig

Model	Tipe Komunikasi	Karakteristik
<i>Press Agency/publicity</i>	Satu Arah	Menggunakan persuasi dan manipulasi untuk mempengaruhi publik supaya berperilaku seperti yang diinginkan oleh organisasi.
<i>Mempengaruhi Public Information</i>	Satu Arah	Menggunakan <i>press release</i> dan Teknik-teknik komunikasi satu arah lainnya untuk mendistribusikan berita organisasi kepada publik. Praktisi PR Model ini sering disebut <i>journalist residence</i> .
<i>Two Way/Asymmetrical</i>	Dua Arah	Menggunakan persuasi dan manipulasi untuk mempengaruhi publik supaya berperilaku seperti yang diinginkan oleh organisasi. Tidak melakukan survey untuk mengungkap apa dirasakan publik terhadap organisasi. Apabila ada feedback yang tidak diinginkan, organisasi mencopba mengubahnya.
<i>Two Way/Symmetrical</i>	Dua Arah	Menggunakan komunikasi dua arah untuk bernegosiasi dengan publik, menyelesaikan konflik, dan mempromosikan saling pengertian dan menghargai antara organisasi dengan publiknya.

Sumber: (Grunig, James E; Hunt, 1984)

Melakukan Riset dan Antisipasi Krisis

Selain melakukan tindakan praktis, penting bagi humas Kementerian Kesehatan untuk melakukan riset dan menganalisa kondisi krisis. Dikatakan oleh Radita bahwa riset merupakan komponen penting dalam pekerjaan Humas di Kementerian Kesehatan. Beberapa alasan mengapa Humas perlu melakukan riset seperti Secara keseluruhan, riset membantu Humas dalam memahami target audiens, membangun pesan yang relevan, mengukur efektivitas komunikasi, membantu pengambilan keputusan, dan mengidentifikasi isu dan tren baru (Zaman & Misnan, 2021). Dengan melakukan riset, Humas dapat meningkatkan keefektifan komunikasi mereka dan mendukung upaya Kementerian Kesehatan dalam menyampaikan informasi yang akurat dan bermanfaat kepada masyarakat.

Memahami Target Audiens. Melakukan riset membantu Humas memahami secara mendalam siapa target audiens mereka. Hal ini mencakup pemahaman tentang preferensi, kebutuhan, dan kebiasaan komunikasi dari target audiens tersebut (Kebudayaan & 2010, n.d.). Dengan pemahaman yang baik tentang target audiens, Humas dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Kemudian membangun pesan yang Relevan. Riset membantu Humas memahami isu-isu kesehatan yang paling relevan dan penting bagi masyarakat. Dengan mengetahui kekhawatiran, kebutuhan, dan harapan masyarakat terkait kesehatan, Humas dapat mengembangkan pesan-pesan yang sesuai dan dapat menginspirasi perubahan perilaku yang lebih sehat (Gora, 2019).

Mengukur Efektivitas Komunikasi. Riset juga membantu Humas dalam mengukur efektivitas pesan dan strategi komunikasi yang mereka gunakan. Dengan melakukan survei opini publik, wawancara, atau analisis media, Humas dapat mendapatkan umpan balik dan pemahaman tentang bagaimana pesan mereka diterima oleh masyarakat. Informasi ini dapat membantu mereka melakukan penyesuaian dan perbaikan dalam upaya komunikasi mereka (Anthonissen, 2008).

Adapun melalui riset juga membantu Pengambilan Keputusan. Melalui landasan data yang kuat untuk pengambilan keputusan dalam pengembangan kebijakan kesehatan dan program-program yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan. Data yang diperoleh melalui riset dapat memberikan informasi tentang kebutuhan masyarakat, preferensi, dan tingkat pemahaman yang membantu Kementerian Kesehatan dalam merumuskan kebijakan yang lebih tepat sasaran dan efektif (Grunig, Larissa A; Grunig, James E.; Dozier, 2002).

Penting bagi humas untuk mengidentifikasi Isu dan Tren Baru. Riset juga membantu Humas dalam mengidentifikasi isu-isu dan tren baru dalam bidang kesehatan yang mungkin perlu mendapatkan perhatian publik (Firdausi et al., n.d.). Dengan memahami perubahan dalam perilaku dan preferensi masyarakat terkait kesehatan, Humas dapat merespons dengan cepat dan mengkomunikasikan informasi yang relevan untuk menjaga masyarakat tetap terinformasi dan mendukung kebijakan dan program-program Kementerian Kesehatan.

Radita menunjukkan hasil riset berbasis Big Data berupa analisis jaringan sosial yang datanya di ambil (*crawling data*) dari twitter.

“Sekarang trend riset bukan hanya berbasis pada survei saja, namun juga bergerak dengan menggunakan Big Data yang menganalisis percakapan publik di media sosial ataupun di media website lainnya.”

Membangun Keahlian Komunikasi Lisan

Selain didukung dengan kemampuan praktis seperti membuat rilis media, monitoring media, kemudian membuat langkah strategis dalam menyelesaikan persoalan krisis di perusahaan, namun Humas juga perlu memiliki keahlian teknis dalam berbicara di depan publik terutama dihadapan manajerial, pimpinan dari tingkat menengah (*Middle management*) sampai tingkat atas (*Top Management*), *stakeholder* maupun dihadapan klien (Farianingrum et al., 2021).

Dikatakan oleh narasumber yang berkompeten di bidang Public Speaking dari UPN Veteran Jakarta, Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si yang mengatakan bahwa Public speaking merupakan salah satu kemampuan kunci yang sangat penting bagi seorang Humas di Kementerian Kesehatan. perlunya public speaking dalam peran Humas seperti

menyampaikan Pesan dengan Percaya Diri: Public speaking memungkinkan seorang Humas untuk menyampaikan pesan dengan percaya diri dan penampilan yang meyakinkan. Ketika berbicara di depan publik, Humas harus dapat menunjukkan keahlian komunikasi mereka dengan gaya bicara yang jelas, penampilan yang profesional, dan postur yang percaya diri. Ini membantu membangun kepercayaan dan membuat pesan yang disampaikan lebih meyakinkan.



Gambar 2. Penyampaian paparan mengenai pentingnya Public Speaking dalam penanganan krisis

Sebagai Humas, seringkali menjadi wakil dari Kementerian Kesehatan dalam acara-acara publik, konferensi, atau pertemuan dengan media. Kemampuan public speaking yang baik memungkinkan mereka untuk secara efektif mewakili Kementerian Kesehatan, menyampaikan pandangan, kebijakan, dan program dengan jelas dan tegas (Sandhu, 2009).

Kemampuan public speaking yang baik membantu Humas dalam menyampaikan pesan dengan percaya diri, mewakili Kementerian Kesehatan secara efektif, mempengaruhi opini publik, membangun hubungan dengan media, dan memfasilitasi penyuluhan dan edukasi kepada masyarakat.

Pada akhir acara, humas Kementerian Kesehatan RI, Auliana Zahrawani menyimpulkan bahwa humas dalam menjalankan peran komunikasinya juga penting untuk bisa mengelola sistem yang ada di ranah manajemen termasuk berlaku untuk Kementerian Kesehatan. Selain itu humas juga perlu untuk memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik agar realisasi penanganan krisis Ketika berhadapan dengan publik, baik itu di internal maupun eksternal bisa tertangani dengan baik dan sesuai dengan prosedurnya.

Simpulan

Berdasarkan dari hasil kegiatan Pelatihan Penanganan Krisis Korporat pada Lembaga Rumah Sakit dan Kementerian Kesehatan RI, dalam disimpulkan bahwa penanganan krisis pada Humas terkadang memang terkesan konvensional atau hanya terpaku dengan pola lama, sementara penting bagi humas untuk mulai berpikir terbuka dalam penanganan kasus terbaru dan terbuka dengan berbagai platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa

kemampuan humas dalam pelayanan publik memang perlu diarahkan pada digitalisasi dan juga menerapkan sistem pelayanan terbuka maupun fast respon.

Kementerian Kesehatan RI pada dasarnya sudah menerapkan hal tersebut namun dari segi Sumber Daya Manusia masih terdapat penanganan isu dan krisis pada perusahaan masih diterapkan secara konvensional. Sehingga disini Humas pada Kementerian Kesehatan RI perlu untuk membangun pemikiran yang disruptif dan juga mampu untuk bisa menggunakan multiplatform dalam penanganan krisis terutama Ketika berhubungan dengan publik.

Radita menyatakan bahwa penting bagi Humas untuk memiliki akses keterbukaan khusus dengan berbagai staf komunikasi mencakup staf media monitoring, staf media sosial, maupun dengan layanan publik atau pada rumah sakit perlu untuk berhubungan dengan pelayanan publik secara langsung. Sehingga disini Humas bisa melakukan sistem pelayanan prima dan memantau pelayanan humas hingga resepsionis di ranah teknis paling dasar dalam memberikan pelayanan kepada publik serta humas juga bisa memanfaatkan perangkat digital untuk membangun relasi dengan banyak stakeholder baik dari institusi pemerintahan maupun swasta.

REFERENSI

- Amboningtyas, D., & aneu, Y. (2019). Pengembangan Capacity Building Dalam Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Pada Usaha Kecil Menengah Di Kecamatan Tugu Semarang. *JURNAL EKBIS*. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i1.202>
- Anthonissen, P. (2008). *Crisis Communication. Practical PR Strategies for Reputation management and company survival* (1st ed.).
- Dumilah, R., Sunarto, A., Ahyani, A., Solihin, D., Pkm, H. M.-D., & 2020, undefined. (n.d.). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Siswa. *Core.Ac.Uk*. Retrieved June 26, 2023, from <https://core.ac.uk/download/pdf/337612363.pdf>
- Farianingrum, A., Ilmu, S. I.-L. J., & 2021, undefined. (2021). Krisis Sebagai Akselerator Layanan Komunikasi Instansi Publik Di Masa Pandemi. *E-Jurnal.Lppmunsera.Org*, 9. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/3357>
- Firdausi, U., ... L. C.-... (Jurnal P., & 2020, undefined. (n.d.). Pengabdian Masyarakat Dan Anak-Anak Melalui Kkn-T Mengenai Edukasi Pencegahan Covid-19 Di Desa Dukuh Cikupa. *Jurnal.Untidar.Ac.Id*. Retrieved June 26, 2023, from <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/abdipraja/article/view/3207>
- Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M., & Richardson, J. (2012). Virtual Community. *Key Concepts in Journalism Studies*, 273–273. <https://doi.org/10.4135/9781446215821.n230>
- Ganiem, Leila Mona; Kurnia, E. (2019). *Komunikasi Korporat* (1st ed.). Kencana Prenada Media.
- Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations* (1st ed.). Jakad Publishing.
- Grunig, James E; Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations* (1st ed.). Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Grunig, Larissa A; Grunig, James E.; Dozier, D. M. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations. A Study of Communication Management in Three Countries*

- (1st ed.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Kebudayaan, I. N.-J. P. D., & 2010, undefined. (n.d.). Penelitian dan pengabdian masyarakat pada perguruan tinggi. *Jurnaldikbud.Kemdikbud.Go.Id*.
- Komunikasi, A. S.-J. P. P. D., & 2018, undefined. (n.d.). Strategi Komunikasi Krisis pada Era Digital: Penggunaan Internet Dari Sebelum Hingga Sesudah Krisis. *Researchgate.Net*. Retrieved June 26, 2023, from https://www.researchgate.net/profile/Aqida-Salma/publication/327513100_Crisis_Communication_Strategy_in_Digital_Age_The_Use_of_Internet_Before_During_and_After_Crisis/links/5baa599592851ca9ed25ab12/Crisis-Communication-Strategy-in-Digital-Age-The-Use-of-Internet-Before-During-and-After-Crisis.pdf
- Lerbinger, O. (2005). *Corporate Public Affairs. Interacting with Interest Groups, Media, and Government* (1st ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Manalor, L. L., Bakoil, M., Nursusilowaty, N., Loka, R. D., Dawa, L. I., & Tara, N. G. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Kader Posyandu Cegah Stunting Didesa Oelnasi Wilayah Kerja Puskesmas Tarus. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i12.12423>
- Munandar, H. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial Facebook, Twitter, dan Instagram. *Prosiding Hubungan Masyarakat*. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/3270/0>
- Nasution, A., Nasution, A., Mariyamah, S., & Saputra, K. A. (2022). Efektivitas Strategi Pengembangan dan Inovasi Media Pendidikan Kesehatan di Puskesmas Pasir Mulya. *Educate: Jurnal Teknologi Pendidikan*. <https://doi.org/10.32832/educate.v7i2.7397>
- Niati, A., Soelistiyono, A., Ariefiantoro, T., Ekonomi, F., & Semarang, U. (n.d.). Pengembangan Kemampuan Sumber Daya Manusia melalui Pelatihan Komputer Microsoft Office Excel untuk Meningkatkan Kinerja Perangkat Desa Mranggen. *Journal.Upgris.Ac.Id*, 10(1), 105–110. Retrieved June 26, 2023, from <https://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas/article/view/3557>
- Nova, F. (2012). *Re Public Relations* (1st ed.). Media Bangsa.
- Rice, Ronald E.;Atkin, C. K. (2001). *Public Communication Campaigns* (R. Atkin (ed.); 1st ed.). SAGE Publications.
- Rowa, S. S., Mas'ud, H., Suaib, F., & B., T. K. (2022). Peningkatan Kapasitas Kader Posyandu Pada Pengukuran Tinggi Badan/Panjang Badan Balita Yang Benar Untuk Deteksi Dini Stunting Puskesmas Paccerakkang Kota Makassar. *Media Implementasi Riset Kesehatan*. <https://doi.org/10.32382/mirk.v3i2.3066>
- Safarati, N., Rahma, R., ... F. F.-... P., & 2020, undefined. (2020). Pelatihan Inovasi Pembelajaran Menghadapi Masa Pandemic Covid-19. *Journal.Universitaspahlawan.Ac.Id*, 1(3), 240–245. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/937>
- Sandhu, S. (2009). Strategic Communication: An Institutional Perspective. *International Journal of Strategic Communication*, 3(2), 72–92. <https://doi.org/10.1080/15531180902805429>
- Sekarwulan, A., & Purwanto, H. (2020). Peran instagram@ p2ptmkemenkesri sebagai media kampanye kesehatan. *Communications*. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/Communications.2>

.1.1

- Studi Akuntansi, P., Ekonomi IKIP PGRI, F., & Nik Amah, I. (2012). Corporate communication Pt. XI axiata tbk. Merespon masa krisis pandemi virus COVID-19. *Journal.Moestopo.Ac.Id*, 4(2), 94–102. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/1044>
- Studies, D. W.-C. J. of C., & 2019, undefined. (2021). Peran Corporate Communication PT Krakatau Steel dalam Mengatasi Krisis. *Journal.Lspr.Edu*, 9.
- Sudayasa, I. P., Alifariki, L. O., Jamaluddin, J., Saida, S., & Mulyawati, S. A. (2023). Pelatihan Deteksi Dini Penyakit Tidak Menular Pada Kader Posbindu Di Wilayah Kerja Puskesmas Kapoiala. *Indonesia Berdaya*. <https://doi.org/10.47679/ib.2024668>
- Sunarto, P. D. (2013). *Humas Untuk Layanan Publik* (1st ed.).
- Wiediawati, A., ... A. P.-... P. K., & 2019, undefined. (n.d.). Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *Journal.Unilak.Ac.Id*. Retrieved June 26, 2023, from <http://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/view/2676>
- Yusiyaka, R. A. (2012). *Pelatihan Berbasis Eksperiential Learning Sebagai Proses Pembentukan Karakter Peserta Pelatihan: Studi Deskriptif Pada Program Pesantren Alam yang Diselenggarakan oleh ELTAPS Training & Consulting*. <https://www.semanticscholar.org/paper/a9d899c3c2449a34771232c170ae8215e37a5249>
- Zaman, R. K., & Misnan, M. (2021). Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*. <https://doi.org/10.32509/petanda.v4i1.1558>