

PERANAN HUMAS KEBUN BINATANG BANDUNG PADA PENANGANAN KRISIS MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN CITRA DIKALANGAN PUBLIK

Amelia Desinta

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur 112-116, Bandung, 40132,
Indonesia

Email :

Desintaamel01@gmail.com

Abstrack

This reseacrhaims to find out how the Bandung zoo Public relations role in improving the image of the Bandung zoo post – news coverage intended by the Bandung zoo at safe zoo and the zoo made a name of Bandung back sticking out at the national and international news coverage. To find out how the public relations of Bandung zoo in adresing these problems then the researchs need more review about these problems. Research conducted by the researcher using qualitative approach, because researches will analyze these problems and methods used by researchers that is descriptive method because researchers will analize and describe teh role of the Bandung zoo publicist, how events, messages and media used, based on facts obtained from the field with a natural setting.any researcher doing data colleciton by way observation, study literature, internet searching and in-depth interviews to public relations staff in the Bandung zoo which is considered correct understanding about exixting problems.

Keywords : The role of public relations, the activities of public relations, the message of public relations, media publications of public relations.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan humas kebun binatang bandung dalam meningkatkan citra kebun binatang bandung pasca perberitaan petisi yang di layangkan oleh *safe zoo* pada kebun binatang bandung dan membuat nama kebun binatang bandung kembali mencuat di pemberitaan nasional maupun internasional. Untuk mengetahui bagaimana humas kebun binatang bandung menyikapi permasalahan tersebut maka peneliti perlu untuk megkaji lebih dalam lagi mengenai permasalahan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti akan menganalisa permasalahan tersebut dan metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode deskriptif karena

peneliti akan menganalisa dan menjabarkan peranan humas kebun binatang bandung, bagaimana kegiatan, pesan dan media yang digunakan berdasarkan fakta yang didapatkan dari lapangan dengan *setting* alamiah. Peneliti pun melakukan pengumpulan data dengan cara observasi, studi literature, internet *searching* dan wawancara mendalam kepada staff humas di kebun binatang bandung yang dianggap memahami benar mengenai permasalahan yang ada.

Kata Kunci : Peranan humas, Kegiatan humas, Pesan Humas, Media Publikasi humas

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Peranan merupakan realita yang tidak bisa terlepas dan dipisahkan dari kehidupan manusia, yang dimana setiap manusia yang hidup tentunya melakukan peranannya masing – masing selamanya individu tersebut masih hidup, dengan peran yang berbeda – beda pada setiap individunya. Peranan humas merupakan kemampuan seorang humas untuk menunjang edukasi pengunjung dari perusahaan atau instansi itu sendiri atau pangsa pasar dari sebuah perusahaan atau instansi, seorang humas harus mampu untuk memberikan kesadaran pada pengunjung akan keberadaan perusahaan atau instansi. Kemunculan humas dimulai pada abad ke – 20 yang dimana peristiwa humas terjadi pada abad tersebut ketika media mulai berkembang, pada abad ke – 20 praktisi humas disebut sebagai publisistis, para praktisi publisistis mengusahakan untuk mendapatkan perhatian dari media yang mana hal tersebut merupakan salah satu peran humas yang sudah dijalankan sejak lama.

Melalui definisi diatas maka artinya bahwa seorang humas harus memiliki kombinasi hubungan dua arah dan memiliki dua tangan untuk melayani kepentingan, baik itu kepentingan perusahaan maupun juga kepentingan pengunjung yang dimana keduanya sama – sama penting dan tidak dapat diabaikan baik kepentingan pengunjung maupun perusahaan karena tidak akan ada keseimbangan yang terjadi apabila salah satu kepentingan tersebut terabaikan. Seorang humas pun harus mampu untuk membina hubungan yang baik dan

harmonis antara perusahaan dengan pengunjung internal maupun eksternal karena seorang praktisi humas merupakan jembatan bagi perusahaan, jembatan untuk menghubungkan antara perusahaan dengan pengunjung internal dan juga pengunjung eksternal, jika seorang praktisi humas mampu dan berhasil untuk membangun hubungan yang harmonis tersebut maka kemampuan seorang humas dapat diperhitungkan.

Adapun objek penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu humas Kebun Binatang Bandung yang memiliki peran untuk meningkatkan citra Kebun Binatang Bandung melalui berbagai kegiatan yang dilakukan, salah satunya adalah kerjasama yang dilakukan antara Kebun Binatang Bandung dengan Taman Safari Indonesia pun terjalin tentu dengan tujuan tertentu.

Isu yang menimpa Kebun Binatang Bandung berawal dari isu yang dikembangkan oleh salah satu media *online* berdasarkan informasi yang diperoleh dari *save zoo* Bandung, yang mana *save zoo* Bandung merupakan salah satu organisasi perlindungan hewan hutan di Bandung. *Save zoo* Bandung mengungkapkan bahwa Kebun Binatang Bandung memperlakukan hewan yang berada di dalam Kebun Binatang Bandung secara tidak layak, dari mulai kandang yang kotor dan juga pasokan makanan yang kurang bagi satwa yang ada di Kebun Binatang Bandung tersebut, sehingga membuat satwa yang berada di Kebun Binatang Bandung terlihat sangat kurus dan tidak terurus, bukan saja hewan dan satwa yang tidak terurus begitupun juga dengan kandang – kandang yang menjadi tempat tinggal bagi satwa di Kebun Binatang Bandung, petisi yang kembali di muat ulang oleh beberapa media *online* dengan beberapa perbedaannya, maka dibawah ini peneliti memberikan potongan gambar berupa petisi yang dimuat ulang oleh detik.com. Isu tidak akan berkembang menjadi krisis yang menggiring opini pengunjung ke arah yang merugikan instansi, apabila humas dari sebuah instansi atau dalam hal ini Kebun Binatang Bandung

dapat dengan cekatan memberitakan, menginformasikan dan melakukan edukasi kepada pengunjung mengenai hal – hal kecil yang akan menjadi pemantik sebuah krisis dikemudian hari.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Peranan Humas Kebun Binatang Bandung Dalam Meningkatkan Citra Kebun Binatang Bandung di Kalangan Publik?

1.2.1 Pertanyaan Makro

Bagaimana peranan humas kebun binatang bandung dalam meningkatkan citra kebun binatang bandung di kalangan pengunjung?

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Berdasarkan rumusan masalah secara makro maka rumusan masalah secara khusus pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana **Kegiatan** yang dilakukan oleh humas kebun binatang bandung dalam meningkatkan citra kebun binatang bandung di kalangan publik?
2. Bagaimana **Pesan** yang disampaikan humas kebun binatang bandung dalam meningkatkan citra kebun binatang bandung di kalangan publik?
3. **Media Publikasi** apa yang digunakan humas kebun binatang bandung dalam meningkatkan citra kebun binatang bandung di kalangan publik?

2. Kajian Pustaka

Setiap ahli memiliki pandangannya sendiri – sendiri mengenai komunikasi, bila Dance tidak dapat mendefinisikan secara keseluruhan komunikasi namun disisi lain Carl I. Hovland sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjana Effendy di dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mendefinisikan bahwa Komunikasi sebagai upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas – asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. (Effendy 2002 :49). Definisi yang coba Hovland jelaskan adalah komunikasi dari sisi tujuannya, bagaimana komunikasi itu dapat

membentuk pendapat umum, sikap pengunjung selain itu bukan saja hanya penyampaian informasi, karena dewasa ini komunikasi berguna untuk pembentukan opini umum sangat penting khususnya bagi sebuah perusahaan, karena sekumpulan kesan dan pendapat umum dapat membentuk sebuah citra.

Definisi mengenai peranan dapat menjelaskan bahwa peran merupakan suatu deskripsi pekerjaan atau tugas seseorang yang di dalamnya mengandung harapan-harapan terhadap orang-orang yang menduduki posisi tersebut. Pengharapan merupakan suatu norma yang dapat mengakibatkan terjadinya peran. Konsep peran selalu berkaitan dengan struktur organisasi (lembaga atau institusi formal) karena dari peran tersebut dapat diketahui struktur organisasi yang ada di suatu lembaga atau institusi yang berisi tentang uraian status atau kedudukan seseorang atas suatu peran yang harus dilakukan dan bersifat kolektif.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, peranan adalah tindakan berato sesuatu yang dilakukan oleh seseorang, peranan bisa dilakukan oleh siapa saja tanpa mengenal status sosial, contohnya misalnya seorang mahasiswa yang di kampus terlihat introvert belum tentu dilingkungannya mahasiswa tersebut introvert, peranan dilakukan juga menurut kebutuhan pelaku peranan tersebut atau sesuai dengan kebutuhan instansi tempat seseorang tersebut diharuskan berperan.

Kemudian Dalam buku yang berjudul public relations pedoman praktik untuk public relations edisi Indonesia Coulson mengemukakan 10 hal, yaitu :

1. Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, baik perusahaan sendiri atau pesaing, selain itu juga mengevaluasi ancaman dan peluang yang ada.
2. Memeberikan nasihat kepada pihak manajemen disemua tingkatan terutama mengenai perkembangan perusahaan.
3. Menjadi ahli depositor itu harus mengetahui semua aspek komunikasi perusahaan, baik internal maupun eksternal dengan cara mempertahankan para ahli di perusahaan.

4. Membuat kontak dengan para pengambil keputusan ekstem yang penting, selain itu mengontak pula para pencetus ide dan sumber informasi yang lain.
5. Memastikan arus informasi yang efektif.
6. Membentuk komisi riset.
7. Mengevaluasi masalah dan aktivis Public Rleations sehingga dapat memberikan laporan yang teratur kepada pihak manajemen.
8. Merencanakan dan mengatur kegiatan delegasi perusahaan. Misalnya, pameran pertemuan dan lain sebagainya.
9. Membantu bagian lain dengan membantu menganalisa masaalh yang terjadi.
10. Memastikan seluruh organisasi dan tidak melakukan suatu tindakan yang dapat mencemari nama baik organisasi (Coulson, 2002; 18).

Peranan humas mempunyai tujuan yaitu memajukan atau meningkatkan citra perusahaannya, dimana citra menjadi pengaruh yang sangat besar untuk perusahaan demi nama baiknya di mata masyarakat dan bagi pengguna jasanya. Seperti yang dikatakan oleh Katz dan Soemirat.

Peranan hubungan masyarakat disuatu perusahaan merupakan pendukung fungsi manajemen perusahaan yang memiliki tugas untuk membina dan mempertahankan hubungan dengan lingkungan yang berada di dala perusahaan itu serta public atau lingkungan yang berada diluar perusahaan tersebut. Onong Uchjana Effendy didalam bukunya yang berjudul mengatakan bahwa peranan humas adalah membina hubungan di dalam public internal yang terdiri dari para karyawan, pemegang sahan dan pengambil kebijakan perusahaan dengan memelihara komunikasi yang baik, memelihara dengan komunikasi dengan oublik eksternal atau kelompok yang berada diluar perusahaan tapi memiliki hubungan kerjasama seperti para pelanggan, pers, masyarakat luar dan pemerintah humas dan humas harus menjalin komunikasi yang baik dan memelihara hubungan harmonis. Peranan dalam penelitian ini difokuskan pada sebuah Public Relations dimana peneliti melakukan penelitian pada objek penelitian yaitu Kebun Binatang Bandung, dalam hal peranan ini menunjukkan bagaimana dan seperti apa

seseorang dalam melakukan dalam sebuah peranan dan apa saja langkah-langkah sebelum melakukan peranan dalam sebuah kegiatan ataupun yang lainnya.

Kebun Binatang di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan tempat memelihara berbagai binatang untuk perlindungan, pembiakan penelitian dan juga sebagai tempat rekreasi.

Namun Perkumpulan Kebun Binatang Seluruh Indonesia atau disingkat PKBSI memiliki definisi yang berbeda dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa Kebun Binatang merupakan suatu tempat atau wadah yang berbentuk taman atau ruang terbuka hijau dan jalur hijau yang merupakan tempat untuk mengumpulkan, memelihara kesejahteraan dan memperagakan satwa liar untuk umum dan yang diatur sebagai lembaga konservasi *ex-situ*.

Selain itu barang siapa tanpa tujuan yang patut atau dengan melampaui batas yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu, dengan sengaja tidak memberi makanan yang diperlukan untuk hidup kepada hewan, yang seluruhnya atau sebagian menjadi kepunyaan dan ada dibawah pengawasannya atau kepada hewan yang wajib dipeliharanya akan dikenakan juga hukuman yang sama dengan pasal yang sebelumnya.

Maka dengan penjelasan mengenai peraturan mengenai pemerintah yang mengatur mengenai kesejahteraan hewan dapat disimpulkan bahwa kebun binatang selain berguna untuk sarana rekreasi, ilmiah, pengembangbiakan dan sebagainya kebun binatang juga berguna untuk menyelamatkan hewan atau satwa yang ada dari pihak – pihak yang tidak bertanggung jawab.

3. Metode Penelitian

Pada desain penelitian ini, peneliti melakukan suatu penelitian dengan menggunakan pendekatan secara kualitatif dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri suatu hal.

Metode penelitian kualitatif sering disamakan dan dikatakan sebagai metode *naturalistic* karena penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah

tidak disengaja dan rencanakan maka sering disebut juga (*natural setting*); dahulu metode kualitatif digunakan untuk meneliti antropologi budaya kemudian disebut sebagai penelitian dengan metode kualitatif dikarenakan data yang terkumpul dan analisisnya pun lebih bersifat kualitatif.

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai suatu proses ataupun peristiwa yang sedang berlaku saat itu di lapangan atau di suatu tempat yang di jadikan objek penelitian, lalu data yang di dapatkan atau informasi yang di dapatkan di analisis untuk memperoleh suatu pemecahan masalah penelitian, peneliti menggunakan metode deskriptif dikarenakan peneliti memiliki ketertarikan dengan objek yang peneliti teliti yaitu mengenai Peran Humas Kebun Binatang Bandung Dalam Meningkatkan Citra Kebun Binatang Bandung di Kalangan Publik.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik snowball sampling dan Insidental sampling untuk penarikan informan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Prof. Dr. Sugiyono di dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. peneliti menggunakan dua teknik yaitu snowball sampling dan insidental sampling.

4. PEMBAHASAN

Pada bab iv ini peneliti akan menguraikan dan membahas hasil dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti selama melakukan observasi dilapangan, yang kemudian akan dibahas untuk mencapai suatu kesimpulan dari permasalahan yang diangkat untuk diteliti. Data – data yang diperoleh disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, sesuai dengan judul yang diangkat oleh peneliti mengenai peranan Humas Kebun Binatang Bandung dalam meningkatkan citra Kebun Binatang Bandung dikalangan pengunjung (studi deskriptif mengenai peranan Humas Kebun Binatang Bandung dalam meningkatkan citra Kebun Binatang Bandung).

Setelah melakukan pemilihan informan baik informan kunci maupun informan pendukung tahapan selanjutnya yang dilakukan merupakan tahapan analisis. Tahapan analisis merupakan tahapan yang dilakukan oleh peneliti yang dimana pada tahapan ini peneliti membuat susunan daftar pertanyaan yang digunakan untuk diajukan dalam proses wawancara kepada informan kunci maupun informan pendukung, pada tahapan analisis ini wawancara dilakukan untuk memperkuat data yang didapatkan oleh peneliti sebelumnya yang kemudian akan dianalisis oleh peneliti.

Sebelum melakukan tahapan wawancara peneliti melakukan beberapa tahapan untuk mencapai tahapan analisis, seperti:

1. Observasi merupakan tahapan awal yang dilakukan oleh peneliti, observasi dilakukan di Kebun Binatang Bandung yaitu melihat situasi dan kondisi di Kebun Binatang Bandung, seperti kegiatan yang dilakukan oleh Staff dari Kebun Binatang Bandung, selain itu peneliti pun memohon izin dan meminta kesediaan pihak Kebun Binatang Bandung agar peneliti diizinkan untuk melakukan penelitian sesuai dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti. Selain melakukan observasi, peneliti juga mengurus perihal surat menyurat perizinan penelitian di Kebun binatang Bandung.
2. Tahapan yang selanjutnya sesudah observasi, peneliti melakukan penyusunan pertanyaan – pertanyaan yang dibuat dan disusun sesuai dengan permasalahan penelitian yang peneliti angkat.
3. Tahapan yang berikutnya yaitu berdiskusi dengan Marketing komunikasi Kebun Binatang Bandung untuk menanyakan perihal siapa saja orang yang dikira mampu dan mumpuni untuk memenuhi kebutuhan informasi yang peneliti butuhkan, informan ditentukan oleh pihak yang paling berwenang di Kebun Binatang Bandung karena beliau yang paling mengetahui siapa yang cocok dan memang mengerti akan permasalahan yang dibahas oleh peneliti. Selain

informan kunci peneliti pun mencari informan pendukung sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti.

4. Wawancara merupakan tahap yang berikutnya sesudah pembuatan susunan pertanyaan bagi informan, wawancara dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara peneliti dan informan yang menjadi narasumber peneliti, khususnya informan kunci wawancara dilakukan dengan kesepakatan bersama. Informan pendukung yang diwawancarai oleh peneliti merupakan beberapa pengunjung dari Kebun Binatang Bandung, maka untuk proses wawancara dilakukan dengan spontanitas, waktu yang fleksibel tanpa melakukan kesepakatan sebelumnya. Selama proses wawancara berlangsung, peneliti tentunya melakukan dokumentasi guna kevalidan data, baik berupa rekaman ataupun foto.
5. Setelah segala tahapan sudah dilakukan maka tahapan akhir yang dilakukan peneliti merupakan analisis data yang didapatkan oleh peneliti.

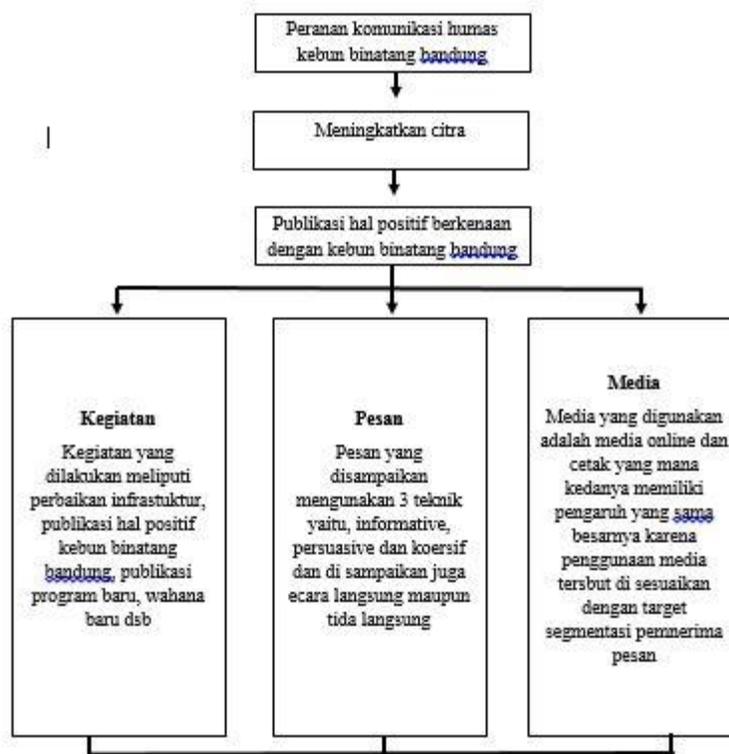
Setiap tahapan – tahapan yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mendapatkan data yang objektif dan alamiah berkenaan dengan permasalahan penelitian yang diteliti oleh peneliti. Adapun observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada tempat dan waktu yang berbeda. Wawancara dilakukan dengan kesepakatan bersama antara peneliti dan informan yang menjadi narasumber.

Pada kegiatan Humas peneliti memiliki fokus penelitian kepada kegiatan yang dilakukan oleh Humas Kebun Binatang Bandung dalam meningkatkan citra Kebun Binatang Bandung. Disini peneliti mengajukan pertanyaan berkenaan dengan kegiatan yang dilakukan oleh Humas Kebun Binatang Bandung dalam meningkatkan citra Kebun Binatang Bandung yang kemudian dijawab oleh Staff Marketing komunikasi Kebun Binatang Bandung yaitu, Meisya Nadhia Chita yang mana mengatakan bahwa:

“Kebun Binatang Bandung inikan punya ciri khas ya, Kebun Binatang Bandung ini selain menjadi lembaga konservasi kita juga mengangkat ke-tradisionalan gitu sih, kesenian tradisional Jawa Barat itu jadi salah satu kegiatan yang Humas lakukan juga, jadi pengunjung ke Kebun Binatang Bandung bukan saja cuma lihat satwa tapi juga setiap minggu kita selalu ada kesenian tradisional seperti ketuk tilu, pencak silat dan itu merupakan salah satu amanat yang disampaikan oleh pemilik jadi dari dulu sampai sekarang kegiatan itu selalu ada dan sudah berlangsung sangat lama.”
(wawancara dengan Meisya Nadhia Chita, Juni 2018 di kantor Kebun Binatang Bandung)

Gambar 4.16

**Model Peranan Komunikasi Humas Kebun Binatang Bandung
 Dalam Meningkatkan Citra**



5. Kesimpulan

Humas Kebun Binatang Bandung memiliki tugas untuk mengevaluasi apa saja kekuatan Kebun Binatang Bandung, kelemahan dan juga ancaman yang mungkin menhadang Kebun Binatang Bandung, namun selain hal tersebut humas Kebun Binatang Bandung pun menjadi penyedia ide dalam rangka perbaikan Kebun Binatang Bandung ke arah yang lebih baik contohnya humas Kebun Binatang Bandung yaitu sumbangsih ide untuk melakukan renovasi pada beberapa sarana prasarana yang ada di Kebun Binatang Bandung, kegiatan yang dilakukan selain hal – hal yang telah disebutkan peneliti adalah adanya *event-event*, seperti ketuk tilu, *zoo educator*, kemudian *animal show* dan beberapa kegiatan yang lainnya, melalui kegiatan yang dilakukan oleh Kebun Binatang Bandung tersebut ada pesan – pesan tersirat yang disampaikan oleh Kebun Binatang Bandung seperti sayangi satwa bantu pelihara satwa yang ada di Kebun Binatang Bandung dengan cara jangan memberi satwa makan dengan makanan yang kita makan, media publikasi yang digunakan oleh pihak Kebun Binatang Bandung dalam mempublikasikan kegiatan – kegiatan yang dilakukan dan pesan – pesan yang disampaikan Kebun Binatang Bandung melalui dua media yaitu media konvensional dan modern seperti media tersebut digunakan tergantung kebutuhan dari target yang menjadi segmentasi Kebun Binatang Bandung itu sendiri,

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Onong Uchjana, 1989. *KAMUS KOMUNIKASI*. Bandung : PR

Mandar Maju

_____. 2009. *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT

Remaja Rosdakarya.

_____, 2011. *Human Relations dan Public Relations*.

Bandung: Mandar Maju

_____. 2002. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi*

Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

_____. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung :

PT Remaja Rosdakarya

Hafied, Cangara . 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja

Grafindo Persada

Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja

Rosdakarya.

Soemirat dan Ardianto. 2007. *Dasar – dasar Public Relations*. Bandung : PT

Remaja Rosdakarya