

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DALAM PENANGANAN KRISIS AKIBAT
BENCANA ALAM**

**(Studi Deskriptif Kualitatif di Kebun Binatang Gembira Loka Pasca Bencana Alam
Badai Angin pada 30 Maret 2016)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Izta Akmila Alamia
12730010

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Izta Akmila Alamia
NIM : 12730010
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 18 Januari 2017

Yang menyatakan,



Izta Akmila Alamia
NIM. 12730010



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Izta Akmila Alamia
NIM : 12730010
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM PENANGANAN KRISIS AKIBAT
BENCANA ALAM**
(Studi Deskriptif Kualitatif di Kebun Binatang Gembira Loka Pasca Bencana Alam
Badai Angin tanggal 30 Maret 2016)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 18 Januari 2017

Pembimbing

Diah Ajeng Purwani, M.Si
NIP :19790720 200912 2 001



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-42/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2017

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM PENANGANAN KRISIS AKIBAT BENCANA ALAM (Studi Deskriptif Kualitatif di Kebun Binatang Gembira Loka Pasca Bencana Alam Badai Angin pada 30 Maret 2016)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IZTA AKMILA ALAMIA
Nomor Induk Mahasiswa : 12730010
Telah diujikan pada : Senin, 30 Januari 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

Penguji I

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP. 19730701 201101 1 002

Penguji II

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
NIP. 19750307 200604 2 001

Yogyakarta, 30 Januari 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

**“Cara Terbaik untuk Menentukan Masa Depan adalah dengan
Menciptakannya”**

- Abraham Lincoln -

**“Perubahan adalah Hukum Alam, Bagi Mereka yang Hanya Melihat
Kemarin dan Hari Ini, Mereka Akan Kehilangan Kesempatan di Masa
Depan”**

- J.F Kennedy -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Saya Persembahkan untuk :

Almamater Tercinta,

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Alhamdulillah. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM PENANGANAN KRISIS AKIBAT BENCANA ALAM (Studi Deskriptif Kualitatif di Kebun Binatang Gembira Loka Pasca Bencana Alam Badai Angin pada 30 Maret 2016”**. Tak lupa shalawat serta salam tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat serta kita nanti-nanti syafaatnya di Yaumul Akhir.

Peneliti menyadari bahwa pembuatan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Diah Ajeng Purwani, S. Sos., M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti selama mengerjakan skripsi.
4. Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah mengarahkan peneliti mulai dari awal perkuliahan hingga tahap akhir.
5. Bapak Fazir, selaku Kabag. Pendidikan yang memfasilitasi peneliti selama melakukan penelitian di Kebun Binatang Gembira Loka.
6. Kedua orangtua; Ibu Sri Puguh Lestari dan Bapak Muhammad Rizal Qosim, yang memberikan motivasi, dukungan tiada henti, doa serta kasih sayang tak terhingga untuk keberhasilan dunia akhirat.
7. Adik ku Taza Asakara Universe yang selalu menghibur.
8. Keluarga besar tercinta “TRAH SISWOSUMARTO” yang selalu memberi nasihat dan dukungan.
9. Rendy Candra Gunawan yang selalu memberi dukungan dan semangat tiada henti.

10. Sahabat-sahabat tercinta yang sama-sama sedang berjuang meraih gelar sarjana strata satu, yang selalu saling memberi motivasi
11. Teman-teman seperjuangan IKOM A 2012

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak di atas.

Yogyakarta, 12 Januari 2017

Peneliti,

Izta Akmila Alamia

NIM. 12730010



ABSTRACT

This research aim to know how Gembira Loka Zoo media relations strategy to reduce the negative publicity in the mass media and social media, than restore the interest of visitors. Using one of research method descriptive qualitative. The data obtained through primary and secondary data. The primary data obtained through interviews with public relations Gembira Loka Zoo, while secondary data obtained from field observations and documentation.

Gembira Loka Zoo is one of the attractions in Yogyakarta which stands on 20 hectares of land with most of the forest and has more than one hundred types of diverse animals. On March 30, 2016, Gembira Loka Zoo in crisis due to disasters. Disasters such as hurricane winds that uprooted one of the randu alas tree is located at the exit of Gembira Loka Zoo, then override the building and wounding visitors, causing two persons died and cause negative publicity in the mass media and social media.

To realize these objective, the Gembira Loka Zoo public relations implement six strategy of media relations, namely by serving the media, by establishing a reputations for reliability, by supplying good copy, by corporations in providing material, by providing verifivation facilities, by building personal relationship with the media. With the strategy of negative publicity in the mass media and social media is reduced, and there is no decrease in the number of visitors in the next months.

Key words: *Gembira Loka Zoo, disasters, crisis, media relations*

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *media relations* Kebun Binatang Gembira Loka untuk mengurangi berita negatif di masyarakat dan mengembalikan minat pengunjung. Menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, data diperoleh melalui pengumpulan data primer maupun sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan humas Kebun Binatang Gembira Loka, sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil pengamatan dilapangan dan dokumentasi.

Kebun Binatang Gembira Loka merupakan salah satu obyek wisata di Yogyakarta yang berdiri diatas lahan sekitar 20 Ha dengan sebagian besar merupakan hutan lindung dan memiliki lebih dari seratus jenis satwa yang beragam. Pada tanggal 30 Maret 2016, Kebun Binatang Gembira Loka mengalami krisis akibat bencana alam, bencana alam berupa badai angin yang menumbangkan salah satu pohon randu alas yang berada di pintu keluar Kebun Binatang Gembira Loka, kemudian menimpa bangunan dan melukai pengunjung, sehingga menyebabkan dua korban meninggal dunia dan mengakibatkan pemberitaan negatif di media massa maupun media sosial.

Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka humas Kebun Binatang Gembira Loka menerapkan 6 strategi media relations, yaitu *By serving the media, by establishing a reputations for reliability, By supplying good copy, By corporations in providing material, By providing verification facilities, By building personal relationship with the media.* Dengan strategi tersebut pemberitaan negatif di media massa maupun media sosial berkurang, dan tidak terjadi penurunan jumlah pengunjung di bulan berikutnya.

Kata kunci: bencana alam, Kebun Binatang Gembira Loka, krisis, *media relations*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	ix
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
D. Telaah Pustaka	12
E. Landasan Teori	14

F. Kerangka Pemikiran	26
G. Metode Penelitian	27
BAB II GAMBARAN UMUM KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA	34
A. Sejarah	34
B. Perkembangan <i>Media Relations</i>	36
C. Fasilitas	37
D. Struktur Organisasi	45
E. Visi dan Misi	45
BAB III PEMBAHASAN	47
A. Media Relations Kebun Binatang Gembira Loka	47
B. Strategi Media Relations	54
C. Langkah-langkah dalam Menangani Krisis	69
BAB IV PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Arus Komunikasi <i>Media Relations</i>	15
Bagan 2 : Model <i>Public Information</i>	17
Bagan 3 : Struktur Organisasi Kebun Binatang Gembira Loka	44



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Jumlah Total Kunjungan Lima Tahun Terakhir	3
Tabel 2 : Tabel Kunjungan Bulan Maret-April 2016.....	9
Tabel 3 : Data Pengunjung Tahun 2016	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kondisi Kebun Binatang Gembira Loka pada saat Erupsi Gunung Merapi tahun 2010.....	4
Gambar 2 : Kondisi Kebun Binatang Gembira Loka pada saat Erupsi Gunung Kelud tahun 2014.....	5
Gambar 3 : Kondisi Kebun Binatang Gembira Loka pasca Badai Angin tahun 2016	69
Gambar 4 : Instagram Kebun Binatang Gembira Loka	48
Gambar 5 : Isu Negatif di Media Sosial.....	49
Gambar 6 : Wawancara Pers.....	56
Gambar 7 : Penyerahan santunan terhadap korban Badai Angin Kebun Binatang Gembira Loka	59
Gambar 8 : Konferensi Pers	64
Gambar 9 : Suasana Jalan Sehat Bersama Keluarga Besar	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah provinsi tertua kedua di Indonesia setelah Jawa Timur, yang dibentuk oleh pemerintah negara bagian Indonesia. Provinsi ini juga memiliki status istimewa atau otonomi khusus. Status ini merupakan sebuah warisan dari zaman sebelum kemerdekaan (Bpkp.go.id diakses pada 5 oktober 2016 pukul 12.30). Oleh karena itu Yogyakarta memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan asing maupun domestik.

Seiring perkembangan jaman, Yogyakarta saat ini sudah semakin ramai dengan banyaknya pusat perbelanjaan, pembangunan hotel, gedung-gedung tinggi dan kemacetan yang semakin tak terkendali, hal ini menyebabkan polusi udara dimana-mana ditambah dengan berkurangnya lahan hijau di Yogyakarta akibat pembangunan perumahan, gedung perkantoran dan masih banyak lagi. Situasi seperti ini tidak menyurutkan niat para wisatawan asing maupun domestik untuk berkunjung ke Yogyakarta. Yogyakarta merupakan salah satu destinasi pariwisata yang cukup terkenal di Indonesia. Salah satu ikon wisata di Yogyakarta adalah Malioboro, dapat dilihat dari banyaknya wisatawan yang memadati area malioboro terlebih pada saat musim liburan berlangsung.

Selain Malioboro terdapat juga tujuan wisata yang menjadi alternatif bagi

wisatawan untuk menghabiskan waktu liburan yaitu Kebun Binatang Gembira Loka atau yang sering disebut dengan istilah *GL Zoo*. Kebun Binatang Gembira Loka merupakan taman rekreasi yang juga berfungsi sebagai sarana perlindungan dan pelestarian alam, penelitian, pendidikan dan taman bermain ini menempati area seluas 20,4 Ha (Sumber: *gembiralokazoo.com* diakses pada 13 November 2016 pukul 16.30) dan lokasinya terletak di tengah kota Yogyakarta sehingga wisatawan tidak kesulitan untuk menjangkau lokasi Kebun Binatang Gembira Loka. Selain letaknya yang strategis, Kebun Binatang Gembira Loka juga tertata rapi dan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas rekreasi yang memadai untuk menghibur pengunjung yang bersifat perorangan, rombongan maupun bersama keluarga.

Kebun Binatang Gembira Loka mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini diperkuat dengan variasi satwa yang semakin lengkap dan didukung dengan konsep *open zoo* dimana pengunjung dapat berinteraksi secara langsung oleh satwa yang ada di area kebun binatang, tentunya dibawah pengawasan pawang penjaga yang ditugaskan untuk mengawasi kontak langsung antara pengunjung dengan satwa. (Sumber: *gembiralokazoo.com* diakses pada 13 November 2016 pukul 16.35)

Kebun binatang ini juga dipenuhi dengan pepohonan besar yang menjadikan kawasan Kebun Binatang Gembira Loka tetap sejuk dan tidak panas. Tentu saja ini merupakan kenyamanan bagi para pengunjung, jika di luar area

mereka terpapar radikal bebas yang disebabkan oleh sinar matahari dan polusi udara, maka setelah memasuki kawasan kebun binatang pengunjung dapat merasakan hawa sejuk yang dihasilkan dari oksigen yang dikeluarkan dari pepohonan di sekitarnya.

Semakin baiknya penataan Kebun Binatang Gembira Loka menjadikan peledakan jumlah pengunjung yang tinggi, terlebih pada musim liburan dan akhir pekan, dilihat dari sisi luar kebun binatang yang selalu ramai dan penuh dengan kendaraan-kendaraan yang sebagian besar berplat nomor luar daerah Yogyakarta.

Tabel.1
Jumlah Total Kunjungan Lima Tahun Terakhir

TAHUN	PERORANGAN	ROMBONGAN	TOTAL
2012	831,818	608,998	1440816
2013	863,076	684,420	1547496
2014	1,005,221	791,644	1796865
2015	974,559	851,753	1826312
2016	861,693	796,800	1658493

Sumber : Bagian Pendidikan Kebun Binatang Gembira Loka
(3 Februari 2017)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan Kebun Binatang Gembira Loka dalam kurun waktu lima tahun terakhir selalu mengalami kenaikan disetiap tahunnya. Hanya saja terjadi jumlah penurunan di tahun 2016, hal tersebut dikarenakan terjadi jumlah penurunan jumlah kunjungan perorangan pada bulan Maret-April. Meskipun penurunan tidak terlalu drastis, akan tetapi tetap berpengaruh pada total jumlah kunjungan pada tahun tersebut.

Perjalanan Kebun Binatang Gembira Loka semenjak berdiri pada tahun

1978 (Sumber: *Gembiralokazoo.com*, diakses pada 31 Januari 2017 pukul 10.33) hingga saat ini tidak selalu berjalan dengan mulus. Beberapa krisis sempat dihadapi oleh Kebun Binatang Gembira Loka, salah satunya adalah krisis akibat dari bencana alam. Mulai dari bencana alam yang terhitung paling besar dan merusakkan hampir dari sebagian besar area Kebun Binatang Gembira Loka yaitu saat terjadi gempa bumi pada tahun 2006.

Setelah melalui beberapa tahap renovasi dan perbaikan Kebun Binatang Gembira Loka kembali dilanda krisis bencana alam yang disebabkan oleh abu vulkanik yang dihasilkan saat terjadi erupsi Merapi pada tahun 2010, akan tetapi tidak terlalu menimbulkan kerugian materi dibanding krisis sebelumnya.

Gambar. 1
Kondisi Kebun Binatang Gembira Loka saat Erupsi Merapi 2010



Sumber: www.google.co.id (4 Januari 2017 pukul 09.00)

Gambar di atas merupakan kondisi yang terjadi di Kebun Binatang Gembira Loka pada saat terjadi erupsi Gunung Merapi tahun 2010. Erupsi yang terjadi berpengaruh pada tingkat kunjungan yang menurun, menurut keterangan

dari Dirut GL Zoo KMT A. Tirtodiprojo (Joko) sebelumnya menjelaskan, kebun binatang yang dikelolanya lebih banyak dikunjungi perorangan daripada rombongan. Sejak tahun 2007, jumlah pengunjung terus meningkat, namun tahun 2010 sempat anjlok akibat dampak letusan Gunung Merapi. (sumber: www.gembiralokazoo.com diakses pada 4 Januari 2017 pukul 09.34)

Tidak berhenti sampai di situ, selang beberapa tahun setelah kejadian tersebut, Kebun Binatang Gembira Loka kembali mengalami krisis akibat abu vulkanik yang disebabkan oleh Erupsi Gunung Kelud Jawa Timur, yang dampaknya juga ikut dirasakan oleh warga Yogyakarta dan sekitarnya pada awal bulan Februari 2014.

Gambar. 2
Kondisi Kebun Binatang Gembira Loka saat Erupsi Gunung Kelud 2014



Gembira Loka Zoo terdampak erupsi Gunung Kelud, Jawa Timur, 14 Februari 2014 (Dok. Resty)

Sumber: www.google.co.id (diakses pada 4 Januari 2017 pukul 09.39)

Selang dua tahun setelah krisis tersebut, Kebun Binatang Gembira Loka kembali mengalami krisis bencana alam yang disebabkan oleh badai angin yang

melanda kawasan tersebut pada tanggal 30 Maret 2016, badai angin tersebut merobohkan salah satu pohon randu alas yang merupakan salah satu pohon besar di kawasan Kebun Binatang Gembira Loka, pohon tersebut tumbang dengan rantingnya menimpa bangunan warung yang berada di dekat pintu keluar Kebun Binatang Gembira Loka, dan nahas pada saat kejadian terdapat dua korban jiwa, yang pertama adalah pemilik warung tersebut dan yang kedua adalah siswa TK Aisyiah Sragen. Kejadian tersebut dikutip dalam media online HarianJogja.com :

***Harianjogja.com, JOGJA** — Hujan deras dan angin kencang kembali memrakporandakan Jogja Rabu (30/3/2016). Kali ini dua nyawa terenggut karena tertimpa pohon yang tumbang setelah digempur derasnya angin.*

Dua warga yang meninggal masing-masing Siti Barokah, 50 seorang pedagang oleh-oleh warga Rejowinangun Kotagede dan Adit, 15 salah satu rombongan wisatawan asal Sragen. Siti dan Adit meninggal setelah tertimpa pohon randu alas berdiameter tiga meter yang roboh di area kebun binatang Gembira Loka sekitar pukul 15.00 WIB.

Tumbangnya pohon berusia ratusan tahun di Gembira Loka itu juga mencederai enam wisatawan lainnya. Selain korban dari pengunjung, randu alas yang tumbang di sekitar tempat parkir juga merusak 11 kios warung makan dan cindramata. Saat ini seluruh korban luka dilarikan ke RS Bethesda, Harjolutomo dan Hidayatullah.

“Jaringan listrik di kota Jogja bagian Timur dan Selatan dilaporkan padam karena insiden ini,” imbuh dia.

Selanjutnya, BPBD DIY akan meminta BLH DIY melakukan pembersihan sisa pohon tumbang dan memangkas pohon yang beresiko terkena jaringan listrik untuk menghindari kejadian serupa berulang.

Gambar.3
Kondisi Kebun Binatang Gembira Loka Pasca Badai Angin



Sumber: Dokumentasi Humas Kebun Binatang Gembira Loka
(12 November 2016)

Gambar tersebut di merupakan foto kejadian pada saat pohon randu alas yang berusia kurang lebih sekitar lima puluh tahun tumbang menimpa bangunan di sekitar pohon tersebut, pohon tersebut tumbang akibat dari badai angin yang begitu kencang. Pada saat kejadian tersebut, pihak *Kebun Binatang Gembira Loka* juga berkonsultasi dengan dinas kehutan, balai lingkungan hidup untuk meneliti penyebab pohon tersebut bisa tumbang.

Bencana alam merupakan salah satu kekuasaan Allah SWT dimana manusia tidak dapat memprediksi kapan dan dimana bencana itu akan terjadi, bahkan Allah SWT juga sudah menggariskan takdir bagi setiap manusia sejak usia empat bulan dalam kandungan, sehingga kekuasaan Allah merupakan misteri yang tidak dapat diprediksi oleh manusia, baik berupa bencana dan kematian yang datang tiba-tiba. Seperti yang tercantum dalam QS. Al-Hadid ayat 22 yang

berbunyi:

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي أَنْفُسِكُمْ إِلَّا فِي كِتَابٍ
مِّن قَبْلِ أَنْ نَبْرَأَهَا إِنَّ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرٌ ﴿٢٢﴾

Artinya : " Tiada suatu bencanapun yang menimpa di bumi dan [tidak pula] pada dirimu sendiri melainkan telah tertulis dalam kitab [Lauh Mahfuzh] sebelum Kami menciptakannya. Sesungguhnya yang demikian itu adalah mudah bagi Allah "

Penggalan ayat diatas menjelaskan bahwa manusia diciptakan dengan takdirnya masing-masing, dan bencana yang terjadi merupakan ketetapan Allah SWT, maka hendaknya sebagai umat muslim selalu bersiap diri menghadapi bencana yang dapat terjadi kapan pun dan dimana pun dengan memperkaya diri dengan amal dan takwa terhadap Allah SWT.

Beberapa kasus bencana alam yang terjadi di Kebun Binatang Gembira Loka peneliti akan membatasi penelitian hanya fokus pada kejadian terakhir yaitu bencana badai angin yang terjadi pada tanggal 30 Maret 2016. Keadaan yang tidak terduga ini berpengaruh pada jumlah pengunjung yang bisa saja berkurang akibat dari ketakutan akan kejadian tersebut terulang kembali, karena Kebun Binatang Gembira Loka merupakan salah satu obyek wisata yang memiliki banyak pepohonan besar di dalamnya. Dan tanpa disadari bahwa keberadaan pohon-pohon besar dapat menimbulkan permasalahan jika tetap dibiarkan semakin menjulang tinggi.

Tabel.2
Tabel Kunjungan Bulan Maret-April 2016

2016	Perorangan	Rombongan	Total
Maret	48,516	83,833	132349
April	38,504	103,496	142000

Sumber: Bagian Pendidikan Kebun Binatang Gembira Loka
(3 Februari 2017)

Berdasarkan tabel diatas terlihat penurunan jumlah pengunjung perorangan yang diakibatkan dari musibah badai angin yang dialami Kebun Binatang Gembira Loka pada tanggal 30 Maret 2016. Meskipun terjadi penurunan di tingkat kunjungan perorangan, tapi justru meningkat di jumlah kunjungan rombongan, menurut klarifikasi dari Humas Kebun Binatang Gembira Loka menyatakan:

“penurunan, jelas iya khususnya seminggu sampai dua minggu pasca kejadian itu kan Gembira Loka masih dalam tahap pembenahan, jadi pengunjung otomatis berkurang, terlebih kita memang meskipun tidak tutup tapi kita juga tidak menyarankan untuk masuk, tapi kalau ada yang memang mau masuk, ya kami persilahkan, bahkan sehari pasca insiden itu juga kita kasih potongan harga, diskon”
(Sumber:wawancara dengan Khriyanto Agung Wibowo, Kabag. Humas GL Zoo, tanggal 12 November 2016 pk 10.02)

Humas Gembira Loka memiliki peran penting dalam menangani media dalam mengemas suatu berita, supaya berita yang disuguhkan tidak membuat publik merasa cemas dan takut untuk berkunjung ke Gembira Loka, dan meminimalkan isu yang berkembang di masyarakat mengenai kelalaian pihak Kebun Binatang Gembira Loka dalam mengelola pepohonan di dalamnya. Untuk menghindari pemberitaan yang keluar dari jalur yang sebenarnya, maka Humas

dari Kebun Binatang Gembira Loka secara aktif untuk melakukan pendekatan dengan media dan membentuk strategi *Media Relations*. Dalam menjalankan aktivitas *media relations* salah satunya dengan menjalin hubungan baik dengan organisasi media, dapat dilakukan dengan secara rutin mengirimkan berita atau informasi kepada media. Begitu pula yang dijalankan Humas Kebun Binatang Gembira Loka untuk menjaga reputasi dalam menjalankan fungsinya lebih memosisikan diri sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media. Pada situasi seperti ini organisasi akan makin menyadari bahwa reputasi merupakan aset penting, oleh karena itu *media relations* menjadi salah satu kebutuhan yang harus dilaksanakan oleh Humas suatu perusahaan atau organisasi, demi menghindari opini publik yang tidak sesuai dengan kejadian sebenarnya sehingga dapat merusak reputasi dari Kebun Binatang Gembira Loka.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah mengenai **Bagaimana Strategi *Media Relations* yang dilakukan oleh Humas Kebun Binatang Gembira Loka dalam menangani krisis akibat bencana alam ?**

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi *Media Relations* yang dilakukan oleh Humas Kebun Binatang Gembira Loka dalam menangani krisis akibat bencana alam.

2. Manfaat

a. Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tinjauan bagi penelitian-penelitian selanjutnya khususnya bagi penelitian yang mengkaji aktivitas *media relations*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mengembangkan wawasan penelitian komunikasi dibidang komunikasi bencana.

b. Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif bagi pihak kebun binatang gembira loka mengenai strategi *media relations* pada saat terjadi krisis.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Kebun Binatang Gembira Loka dalam memaksimalkan strategi *media relations*.

D. TELAAH PUSTAKA

Untuk mengetahui dan membandingkan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya, peneliti menemukan beberapa judul penelitian mengenai *media relations* yang dapat dijadikan acuan dalam penyusunan penelitian ini, diantaranya adalah, Skripsi **pertama** yang berjudul :

“ Aktivitas *Media Relations* dalam Memaksimalkan Pemberitaan Program *Corporate Social Responsibility*” yang disusun oleh Dunia Restu Permata Ayu, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2015. Pada skripsi tersebut, Dunia Restu Permata Ayu menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan teknik wawancara dalam memperoleh data yang dibutuhkan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada aktivitas *media relations*, dan jenis penelitiannya pun sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan terdapat perbedaan Obyek penelitian, jika dalam skripsi Dunia Restu Permata Ayu fokus pada mendalami strategi *media relations* untuk memaksimalkan pemberitaan mengenai kegiatan CSR di media cetak, Maka penelitian ini fokus mendalami mengenai Strategi *Media Relations* yang dilakukan oleh Humas Kebun Binatang Gembira Loka dalam menangani krisis.

Kedua adalah skripsi dari Latifa Zahra Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta pada tahun 2012 yang berjudul “MANAJEMEN KRISIS Kebun Binatang Gembira Loka” terkait strategi humas dalam mengembalikan citra perusahaan pasca erupsi Gunung Merapi tahun 2010. Perbedaan terletak pada teori yang digunakan, jika skripsi Latifa Zahra fokus untuk mengetahui manajemen krisis yang dilakukan humas untuk mengembalikan citra perusahaan, maka penelitian ini akan fokus hanya pada strategi *media relations* yang dilakukan Humas dalam menangani krisis akibat bencana alam. Terdapat kesamaan objek penelitian yaitu sama-sama melakukan penelitian di Kebun Binatang Gembira Loka.

Ketiga adalah skripsi dari Sri Hidayati Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2015, yang berjudul “STRATEGI MEDIA RELATIONS PT PETROKIMIA GERSIK UNTUK MENINGKATKAN PUBLISITAS DI MEDIA MASSA”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dan metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Perbedaan penelitian terletak pada unit analisis yang diteliti, jika penelitian milik Sri Hidayati fokus pada strategi *media relations* PT Petrokimia Gersik untuk meningkatkan publisitas di media massa yang berupa strategi *by serving the media, by establishing a reputation, by supplying good copy, by cooperation in providing material, by providing verifications facilities, dan by building personal relationship with the media*, maka penelitian ini juga bertujuan

untuk mengetahui strategi *media relations* yang dilakukan oleh Humas Kebun Binatang Gembira Loka saat menangani krisis akibat bencana alam.

E. LANDASAN TEORI

Penelitian ini fokus pada persoalan *media relations*. *Media relations* merupakan bagian dari tugas seorang Humas. Dalam suatu organisasi pasti memiliki Humas, karena dapat dikatakan bahwa Humas merupakan fungsi manajemen satu organisasi. Seperti dikatakan oleh Redding dan Sanborn dikutip dalam (Masmuh, 2010:5) bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Suatu organisasi tidak mungkin untuk tidak menjalankan kegiatan komunikasi, baik komunikasi *internal* maupun *eksternal*, komunikasi merupakan hal yang mutlak ada dalam satu organisasi.

Sebagai komunikasi *eksternal*, suatu organisasi perlu menjalin relasi dengan media. Hal ini dikarenakan liputan media massa berkontribusi dalam memberikan pemahaman terhadap masyarakat. Guna mengkaji lebih dalam mengenai strategi *media relations*, maka teori yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Media Relations

Media merupakan saluran penyampaian pesan dalam komunikasi antarmanusia, menurut McLuhan (dalam Nova, 2011:199) definisi media

massa adalah perpanjangan alat indra kita. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi untuk khalayak dimana komunikasi tersebut dapat membentuk, mempertahankan, atau mendefinisikan citra. Humas membutuhkan media sebagai alat pendukung untuk menyampaikan informasi agar pesan yang disampaikan efektif dan dapat diterima oleh khalayak.

Membina hubungan baik dengan media paling tidak dapat memenuhi dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan media terhadap organisasi yang bersangkutan. Karena pada dasarnya sifat komunikasi humas adalah dua arah, maka praktik *media relations* pun bukan hanya mengkomunikasikan ke luar organisasi melainkan juga sebagai komunikasi yang baik dari apa yang dikomunikasikan di luar organisasi. Media dapat dijadikan mitra untuk memaksimalkan pengkomunikasian informasi yang berasal dari organisasi kepada publiknya. Karena itu, *media relations* pun berarti membangun komunikasi yang harmonis dengan kelompok-kelompok publik atau *stakeholder* organisasi. Jadi, *media relations* merupakan upaya mengembangkan relasi strategis organisasi dengan publiknya-publiknya. (Irianta, 2011:28)

a. Pengertian Media Relations

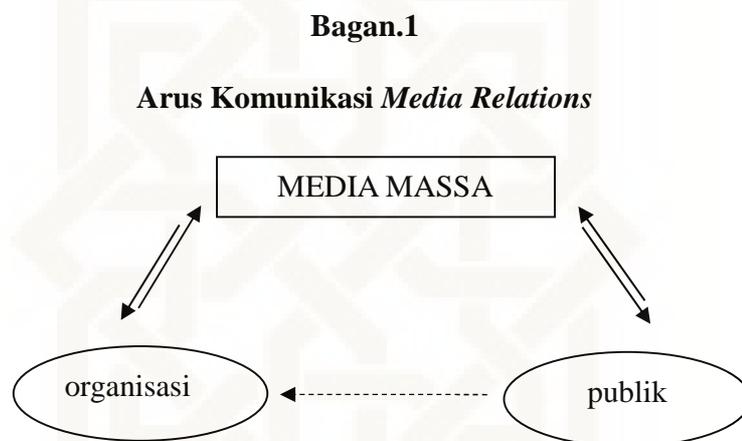
Media Relations atau hubungan media merupakan aktivitas komunikasi Humas untuk menjalin hubungan baik

dengan media massa dalam rangka pencapaian pengertian, serta dukungan dalam bentuk publikasi organisasi yang maksimal dan *balance* (berimbang). Dapat dikatakan bahwa *media relations* adalah suatu bentuk kerjasama antara organisasi dengan media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif di masyarakat.

Media relations adalah berhubungan dengan para wartawan dalam upaya untuk membina hubungan yang baik dengan media siaran, cetak dan *online* (Iriantara, 2011:228). Selain itu menurut Frank Jefkins (dalam Yuliana, 2014:91) definisi *media relations* adalah suatu kegiatan untuk mencapai publikasi atau penyiaran berita semaksimal mungkin, sedangkan informasi yang disebarkan melalui hubungan masyarakat adalah untuk menciptakan pengenalan dan pengertian.

Definisi berbeda menurut Rosady Ruslan dalam (Yuliana, 2014,91) *media relations* adalah suatu kegiatan khusus dari pihak *public relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan, atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk dan hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu

dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif. Secara sederhana, bila digambarkan arus komunikasi dalam praktik *media relations* itu akan muncul seperti berikut ini.



Sumber: Yosol Irianta, 2011. MEDIA RELATIONS “Konsep, Pendekatan, dan Praktik”

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa informasi, gagasan atau citra yang disampaikan oleh organisasi melalui media massa kepada publik dan kemudian publik dapat menyampaikan aspirasi atau harapan terhadap organisasi melalui media massa. Namun tidak menutup kemungkinan bagi publik untuk langsung menyampaikan secara langsung melalui saluran komunikasi yang tersedia baik saluran itu berupa *customer service* ataupun kotak suara yang disediakan oleh organisasi yang bersangkutan.

Berkaitan dengan fungsi PR sebagai jendela informasi bagi publik, James Grunig dalam (Ruslan, 2003: 103) memaparkan Model *Public Information*. Dalam model ini, PR bertindak sebagai *journalist in resident*. Berupaya membangun kepercayaan organisasi melalui proses komunikasi searah (*one way process*) dan tidak memetingkan persuasif. Dalam model ini Humas mampu mengendalikan berita melalui pendekatan dengan media massa.

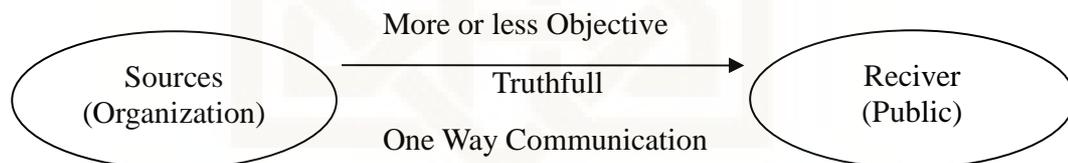
Model *Public Information* merupakan salah satu dari empat model yang di gagas oleh Grunig & Hunt yang disebut sebagai tipe proses kegiatan public relations. Keempat model tersebut meliputi : *Press Agency, Public Information, Two-way Asymmetric*, dan *Two-way Symmetric*. Dimensi arah komunikasi menjelaskan perilaku komunikasi antara organisasi dan publik, apakah menolong satu arah yang bersifat menyebarkan informasi (*one-way*) atau dialog dua arah yang bersifat pertukaran informasi (*two-way*). (Kriyantono, 2014:90)

Sifat komunikasi satu arah dalam model *Public Information* berbeda dengan model *Press Agency*, karena penyebaran informasi yang dilakukan bukan untuk promosi dan publisitas media melainkan untuk memberikan informasi yang

dibutuhkan publik. Tujuan model ini adalah untuk membangun kepercayaan publik dengan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh publik. Maka dari itu seluruh informasi yang akan disuguhkan untuk publik akan diseleksi mana yang menguntungkan dan yang tidak dan kriteria akurat dan relevan atau tidaknya suatu informasi sangat ditentukan oleh organisasi.

Bagan.2

Model Public Information



Sumber: Rosady Ruslan, 2003. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi

Upaya meraih dukungan publik dalam kegiatan PR dapat dilakukan dengan mencari dan memberi informasi kepada publik. Salah satu kegiatan PR dalam memberikan informasi kepada publik untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan adalah dengan kegiatan Hubungan Pers (*Press Relations/Media Relations*) yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak maupun elektronik.

Hubungan antra humas dan media tidak terlepas dari

adanya perbedaan orientasi maupun tujuan yang hendak dicapai. Maka tidak jarang terjadi pertentangan antar keduanya, biasanya hal tersebut terkait informasi yang diberitakan oleh media. Karena pada dasarnya humas dan media massa memiliki fungsi yang berbeda. Disisi lain seorang humas mengharapkan citra positif dari pemberitaan media dan sedangkan disisi lain, media menginginkan suatu berita yang sensasional sehingga menarik khalayak untuk mengkonsumsi berita tersebut.

Pertentangan antara fungsi humas dan media dapat diatasi apabila kedua pihak akan berfungsi serta bertindak sesuai dengan kode etik masing-masing. Sementara itu Frank Jefkins, dikutip (dalam Hidayat 2014:69) menguraikan beberapa prinsip umum untuk membina hubungan media atau *media relations* yang baik, yaitu:

- 1) *By serving the media* yaitu memberikan pelayanan kepada media. Misalnya Humas harus mampu menciptakan kerjasama dengan media. Humas menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan keduanya.
- 2) *By establishing a reputation for reliability* yaitu menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya. Misalnya selalau menyiapkan bahan-bahan informasi akurat di mana

dan kapanpun pada saat diperlukan. Media selalu ingin tahu sumber berita paling baik untuk mendapatkan informasi yang akurat dan hubungan timbal balik terjalin semakin erat.

- 3) *By supplying good copy* yaitu memasok naskah informasi yang baik. Misalnya memberikan naskah yang baik, menarik perhatian, penggandaan gambar/foto, pembuatan teks gambar/foto dengan baik. Demikian pula pada pengiriman *news release* ke media massa sehingga hanya sedikit dilakukan revisi atau penulisan ulang atau menyunting naskah yang sudah dikirim oleh praktisi Humas.
- 4) *By corporations in providing material* yaitu melakukan kerjasama yang baik dalam menyediakan bahan informasi. Misalnya merancang wawancara pers dengan seseorang yang dibutuhkan pers pada saat itu.
- 5) *By providing verification facilities* yaitu penyediaan fasilitas yang memadai. Misalnya memberikan fasilitas yang dibutuhkan wartawan sewaktu menggali berita.
- 6) *By building personal relationship with the media* yaitu membangun hubungan secara personal dengan media. Hal

ini mendasari keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing.

Dalam profesi Humas, hubungan media sering kali dipahami sebagai penanganan krisis. Media berperan mengemas suatu berita agar berita tersebut tidak terkesan menyudutkan organisasi yang sedang mengalami krisis, dengan memberitakan hal-hal positif mengenai organisasi tersebut dan memberikan informasi sebanyak-banyaknya mengenai krisis yang sedang terjadi serta menginformasikan usaha yang akan ditempuh untuk rencana ke depan.

b. Langkah-langkah dalam menangani krisis

Media merupakan sarana penyampaian pesan dari organisasi kepada khalayak. Sedangkan dalam organisasi pasti memiliki seorang PR/humas yang menjalankan fungsi *media relations* sebagai penghubung antara organisasi dengan publiknya. Media pemberitaan menjadi perhatian bagi Humas untuk mengetahui persepsi publik terhadap organisasi terlebih pada saat organisasi tengah berada dalam situasi krisis.

Publisitas negatif dapat menghancurkan reputasi organisasi, padahal dalam membangun reputasi memerlukan

waktu yang cukup lama dan usaha yang keras untuk menciptakan citra positif di mata masyarakat. Penanganan krisis dapat dilakukan dengan menyusun rencana komunikasi yang dipersiapkan sebelum krisis tersebut terjadi dan jika sewaktu-waktu krisis terjadi maka rencana itu siap untuk diimplementasikan.

Berdasarkan rencana komunikasi tersebut, maka barulah dapat menyusun rencana untuk *media relations* pada masa krisis. Hal ini dianggap penting karena merupakan rencana besar dalam bidang komunikasi. Rencana *media relations* merupakan rencana besar karena krisis tersebar dan diketahui masyarakat melalui pemberitaan di media massa.

Saat terjadi krisis, maka praktisi Humas dapat mengambil langkah-langkah yang dapat ditempuh guna menangani suatu krisis, seperti yang dikatakan Rhenald Kasali, dikutip (dalam Irianta, 2011:175) yaitu:

1. Mengidentifikasi krisis
2. Menganalisis krisis
3. Mengisolasi krisis
4. Menetapkan pilihan strategi menghadapi krisis
5. Menjalankan program pengendalian

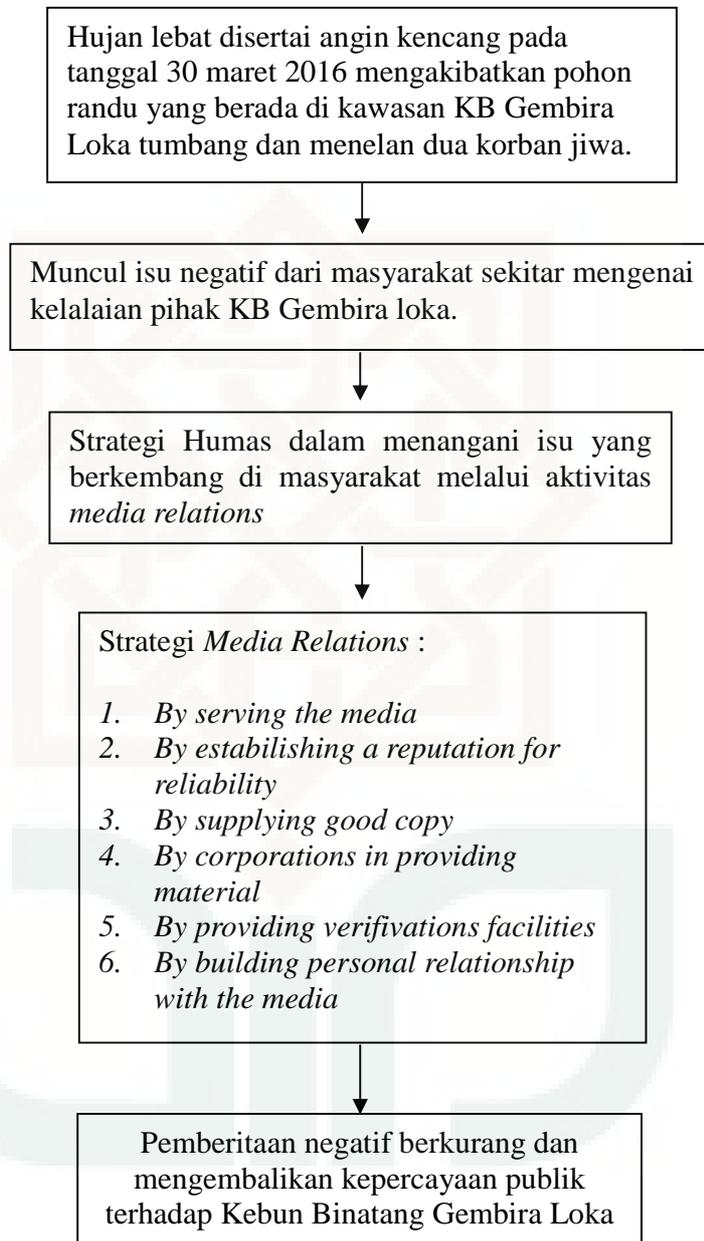
Ketika terjadi krisis, pihak media akan menghubungi Humas organisasi untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai krisis yang sedang terjadi. Media akan datang dengan pertanyaan yang cukup banyak. Hubungan dengan media merupakan salah satu tugas yang krusial dari Humas, karena hubungan dengan media merupakan sebuah inti dari tugas seorang Humas. Dalam sebuah organisasi membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media adalah sarana dasar untuk memenuhi kebutuhan dan menanggapi kepentingan media massa terhadap organisasi yang bersangkutan. Dengan terciptanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan media, maka akan memberikan pengaruh terhadap pemberitaan atau informasi yang akan dimuat oleh media tersebut, terlebih saat terjadi krisis.

Pada intinya aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh *Public Relations/Humas* dalam suatu organisasi adalah sebagai salah satu cara menjalin hubungan baik dengan pihak media massa, sehingga apabila organisasi atau perusahaan tersebut sudah dikenal baik oleh media maka diharapkan jika suatu saat bila ada undangan liputan mereka akan datang meliput dengan suka rela, dan apabila suatu perusahaan yang

bersangkutan mengalami krisis, mereka juga mampu menghasilkan publikasi yang berimbang dan tidak semata-mata menyudutkan perusahaan yang dapat memberikan *image* negatif di mata publik.



F. KERANGKA PEMIKIRAN



Sumber : Olahan Peneliti

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut DR. Lexy J. Moleong dalam (Herdiansyah, 2010:9) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya. Sedangkan tipe penelitian menggunakan deskriptif kualitatif, di mana peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam dengan pihak yang bersangkutan. Format deskriptif kualitatif umumnya dilakukan pada penelitian studi kasus. Format deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri seperti air (menyebar di permukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena. (Bungin, 2007:68)

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah divisi Humas Kebun Binatang Gembira Loka. Selanjutnya peneliti akan melakukan wawancara kepada divisi *Public Relations* Kebun Binatang Gembira Loka mengenai orang lain di luar dari perusahaan/organisasi yang juga berkompeten dalam aktivitas *media relations*.

Penelitian ini menggunakan cara memperoleh informan melalui

keypersons. Memperoleh informan penelitian melalui *keypersons* digunakan apabila peneliti sudah memahami informasi awal tentang objek penelitian maupun penelitian, sehingga ia membutuhkan *keyperson* untuk memulai melakukan wawancara atau observasi. (Bungin, 2010:77)

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah aktivitas strategi *media relations* dari pihak Kebun Binatang Gembira Loka, dan bagaimana mereka menerapkan strategi *media relations* sehingga pemberitaan/informasi mengenai krisis bencana alam dapat diterima publik tanpa merusak reputasi dari Kebun Binatang Gembira Loka itu sendiri.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

1) Data primer

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *Interview* atau wawancara sebagai metode pengumpulan data primer. *Interview* atau wawancara merupakan data yang langsung diperoleh dari narasumber.

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara

pewawancara dan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman wawancara. (Ardianto, 2010: 163)

Wawancara mempunyai dua bentuk, yaitu wawancara sistematis dan wawancara terarah. Wawancara sistematis adalah wawancara yang menggunakan catatan berisi pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh pewawancara sebagai pedoman wawancara. Sedangkan wawancara terarah adalah wawancara yang dilakukan secara bebas biasanya pewawancara sudah menguasai dulu topik yang akan dibahas sehingga pertanyaan yang akan diberikan kepada responden tidak terlepas dari pokok permasalahan. Dalam penelitian kualitatif wawancara menjadi metode pengumpulan data yang utama karena sebagian besar data yang dibutuhkan akan diperoleh dari hasil wawancara.

2) Data Sekunder

a) Observasi

Selain menggunakan wawancara, penelitian ini juga menggunakan metode observasi. Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Sedangkan metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan panca indera

peneliti. (Ardianto,2010: 165)

b) Dokumentasi

Teknik dokumentasi juga digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan dokumen-dokumen baik publik maupun *private* yang dimiliki oleh perusahaan yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Dengan metode dokumentasi peneliti dapat mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dari data-data perusahaan yang ada.

4. Metode Analisis Data

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif Kualitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang meliputi proses pengumpulan dan penyusunan data, kemudian data tersebut dideskripsikan dan dianalisis sehingga diperoleh data yang jelas.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model Miles dan Humbermen dalam buku “Metodologi Penelitian untuk Public Relations” (Ardianto, 2010:223) yang meliputi:

a) Pengumpulan Data

Data yang didapat peneliti akan dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan di atas melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

b) Reduksi

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan.

c) Model Data (Data Display)

Kita mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif selama ini adalah *teks naratif*.

d) Penarikan/Verifikasi kesimpulan.

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi.

5. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah penulis akan mencoba menggali informasi dari Humas Kebun Binatang Gembira Loka terkait bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan dalam menangani situasi krisis yang sedang dihadapi akibat dari bencana alam yang terjadi beberapa waktu lalu guna meminimalkan isu yang beredar di masyarakat. Strategi tersebut meliputi, *By*

...serving the media, by establishing a reputations for reliability, By supplying good copy, By corporations in providing material, By providing verification facilities, By building personal relationship with the media. Untuk lebih menguatkan hasil yang diperoleh dilapangan, maka peneliti juga akan menggali informasi dari wartawan yang terlibat dalam peliputan krisis tersebut, selanjutnya peneliti juga akan menggali informasi dari penulis buku tentang *media relations* yaitu Dr. Iswandi Syahputra yang saat ini juga menjabat sebagai dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode triangulasi untuk menguji keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi metode yaitu peneliti membandingkan temuan data yang diperoleh dengan menggunakan suatu metode tertentu yaitu data hasil pengamatan (observasi) dengan data hasil perolehan dari metode lain yaitu wawancara (*in-depth interview*) (pawito, 2007: 99). Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. (Patton dikutip dalam moleong 2010:330). Adapun metode triangulasi

yang digunakan adalah dengan memprioritaskan metode triangulasi dengan sumber yakni membandingkan data yang didapatkan oleh peneliti melalui sumber lain seperti media massa dan dokumen yang didapatkan oleh peneliti melalui observasi dan hasil wawancara dengan sumber yang berasal dari pihak kebun Binatang Gembira Loka.



Bab IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Krisis yang terjadi di kebun Binatang Gembira Loka merupakan akibat dari bencana alam yang mengakibatkan dua korban jiwa, yaitu satu orang merupakan penyewa kios yang berada di kebun Binatang Gembira Loka, dan satu lagi merupakan pengunjung yang berasal dari Sragen Jawa Tengah. Pasca krisis tersebut langkah awal yang dilakukan oleh kebun Binatang Gembira Loka adalah mengevakuasi pengunjung yang masih berada di area kebun Binatang Gembira Loka. Dan kemudian melakukan langkah selanjutnya dengan mengidentifikasi dari mana sumber krisis tersebut terjadi, kemudian menganalisis dan mengisolasi daerah yang terkena krisis. Setelah keadaan di kebun Binatang Gembira Loka kembali normal dan sudah kondusif barulah pihak kebun Binatang Gembira Loka mengambil langkah strategi *media relations* guna mengklarifikasi isu-isu yang beredar di masyarakat mengenai musibah yang dialami oleh kebun Binatang Gembira Loka, sekaligus memberikan informasi mengenai penanganan dan tindakan yang dilakukan oleh pihak kebun Binatang Gembira Loka terhadap korban yang terkena dampak dari musibah tersebut. Strategi media relations yang dilakukan meliputi,

1. Strategi *By serving the media*, yang dilakukan oleh Humas Kebun Binatang Gembira Loka adalah dengan memberikan pelayanan terhadap media yang hadir untuk meliput insiden badai angin, pelayanan berupa pemberian informasi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh wartawan dan juga melakukan wawancara pers pasca renovasi lokasi Kebun Binatang Gembira Loka di mana yang menjadi narasumber adalah Direktur Utama Kebun Binatang Gembira Loka.
2. Strategi *By establishing a reputation for reliability*. Humas Kebun Binatang Gembira Loka berkerjasama dengan staf bagian lain untuk mendata seluruh jumlah kerugian dan juga korban akibat dari badai angin, seluruh data mengenai korban kemudian dikumpulkan dan Humas bersama pihak manajemen Kebun Binatang Gembira Loka mendatangi kediaman korban untuk bersilaturahmi sekaigus memberikan santunan sebagai bentuk tali kasih terhadap keluarga yang ditinggalkan.
3. Strategi *By supplying good copy*. Humas Kebun Binatang Gembira Loka memasok informasi terbaru mengenai perkembangan Gembira Loka pasca insiden badai angin melalui *website*, serta media sosial milik Kebun Binatang Gembira Loka, dan juga mengirimkan *press release*. Dengan memasok informasi, diharapkan dapat

mempermudah pihak media mendapatkan berita tanpa perlu banyak melakukan *editing*.

4. Strategi *By corporations in providing material*. Strategi ini dilakukan dengan mengadakan konferensi pers pasca insiden badai angin yang terjadi 30 Maret 2016, Humas mengundang seluruh wartawan yang merupakan mitra kerja Kebun Binatang Gembira Loka.
5. Strategi *By providing verifivations facilities*, dengan memberikan fasilitas terhadap wartawan yang hadir untuk meliput, meski dalam kasus badai angin ini tidak ada fasilitas khusus yang disediakan untuk wartawan.
6. Hubungan personal merupakan dasar untuk membangun kerjasama yang baik. Dengan strategi *by building personal relationship with the media*, Kebun Binatang Gembira Loka mendapatkan hasil pemberitaan yang baik, baik dalam artian pemberitaan yang beredar tidak seolah menyudutkan manajemen Kebun Binatang Gembira Loka, dalam strategi ini yang dilakukan humas adalah dengan membentuk grup *WhatsApp* yang beranggotakan para awak media yang bekerjasama dengan Kebun Binatang Gembira Loka.

Dengan pengaplikasian keenam strategi media relations tersebut, pemberitaan negatif seputar badai angin yang terjadi di Kebun Binatang Gembira Loka pada 30

Maret 2016 berkurang, dan publisitas Kebun Binatang Gembira Loka semakin baik, sehingga tidak terjadi penurunan drastis terhadap jumlah pengunjung.

B. Saran

Selama peneliti melakukan observasi secara langsung sampai selesainya skripsi ini, maka peneliti memberikan saran-saran terkait strategi dan aktivitas media relations pada Humas Kebun Binatang Gembira Loka, saran tersebut meliputi,

1. Peran yang dijalankan Humas kebun Binatang Gembira Loka hendaknya lebih dimaksimalkan dalam menjalankan fungsi *media relations*, karena media merupakan penghubung antara perusahaan dengan publiknya, khususnya *media relations* dalam penanganan krisis akibat bencana alam yang terjadi beberapa waktu lalu. Klarifikasi yang dilakukan harus secepat mungkin karena menyangkut nyawa orang lain. Dan kemudian dapat membuat pos pengaduan yang bertujuan apabila ada keluarga korban yang datang dapat segera diberikan keterangan mengenai keluarga mereka yang turut menjadi korban.
2. Lebih mengedepankan pendekatan personal terhadap wartawan media di lapangan serta melakukan pendekatan kepada institusi media, mungkin dengan rutin mengadakan *pers briefing* atau *pers visit*.
3. Terus melakukan inovasi terhadap kegiatan *media relations* agar publisitas positif tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-Qur'an dan terjemahan

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Ardianto, Elvinaro. Soleh Soemirat. 2012. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Abdurrachman, Oemi. 1995. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya

Budi, Setio HH. (Ed)2012. *Komunikasi Bencana “Eksistensi Komunikasi dalam Menghadapi Bencana”* oleh Eko Harry Susanto, Yogyakarta: Penerbit Buku Litera, ASPIKOM dan Perhumas BPC.

Bungin, Burhan. (Ed.1)2010. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana

Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*; Ed.1-2. Jakarta:RajaGrafindo Persada

Cutlip M. Scott. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Jakarta Kencana

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika

Hidayat, Darsun. 2014. *Media Public Relations; Pendekatan Study Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Irianta, Yosol. 2011. *MEDIA RELATIONS “Konsep, Pendekatan, dan Praktik”*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Prespektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group

Moleong, Lexy. J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta:Bumi Aksara

Nova, Frisan. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*; Ed. Baru-1. Jakarta: Rajawali Pers

- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*; Cet-1. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi teori dan Studi Kasus*; Ed.1-Cet-1. Jakarta:Rajawali Pers
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Wardhani, Diah. 2008. "*Media Relations*" Sarana Membangun Reputasi Organisasi. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Yuliana, Nina. 2014. *Media Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Skripsi

- Dunia Restu Permata Ayu. 2015. " *Aktivitas Media Relations dalam Memaksimalkan Pemberitaan Program Corporate Social Responsibility*". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Latifa Zahra. 2012. "MANAJEMEN KRISIS GEMBIRA LOKA ZOO" terkait strategi humas dalam mengembalikan citra perusahaan pasca erupsi Gunung Merapi tahun 2010. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sri Hidayati. 2015. "Strategi Media Relations PT Petrokimia Gresik untuk Meningkatkan Publisitas di Media Massa". Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Internet

<http://www.gembiralokazoo.com> diakses pada 6 Oktober 2016 pukul 11.30

<http://www.cipstory.com> diakses pada 2 Februari 2017 pukul 21.32

<http://www.bpkp.go.id/diy/konten/815/sejarah-keistimewaan-yogyakarta> diakses pada 5 oktober 2016 pukul 12.30

<http://m.harianjogja.com/baca/2016/03/31/cuaca-ekstrem-hujan-deras-randu-alas-besar-gembira-loka-tumbang-2-tewas-706025> diakses pada 3 Juni 2016 pukul 19.20



UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Izta Akmila Alamia
 NIM : 12730010
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
 Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	90	A
2.	Microsoft Excel	25	E
3.	Microsoft Power Point	85	B
4.	Internet	85	B
5.	Total Nilai	71.25	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 7 Juni 2016



Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
 LEMBAGA PENELITIAN DAN
 PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.2268/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Izta Akmila Alamia
 Tempat, dan Tanggal Lahir : Yogyakarta, 29 Oktober 1993
 Nomor Induk Mahasiswa : 12730010
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2014/2015 (Angkatan ke-86), di :

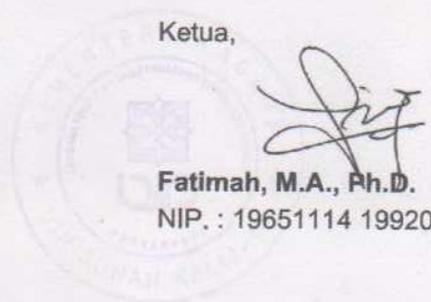
Lokasi : Girimulya
 Kecamatan : Panggang
 Kabupaten/Kota : Kab. Gunungkidul
 Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juni 2015 s.d. 31 Agustus 2015 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 97,13 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 09 Oktober 2015

Ketua,



Fatimah, M.A., Ph.D.

NIP. : 19651114 199203 2 001



Nomor: UIN.02/R.3/PP.00.9/2753.C/2012

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : IZTA AKMILA
NIM : 12730010
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013

Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012
a.n. Rektor

Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1006

Sertifikat

NO: 119.PAN-OPAK.UNIV.YK.AA.09.2012

Diberikan kepada

Izta Akmila

ILMU KOMUNIKASI (FISHUM)

Sebagai

Peserta OPAAK 2012



OPAAK
2012
THE SMART REALIZATION

Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAAK) 2012 yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAAK) 2012 dengan tema:

**MEMUPUK NILAI-NILAI NASIONALISME DALAM RUANG KAMPUS ;
UPAYA MEMPERKOKOH INTEGRITAS BANGSA**

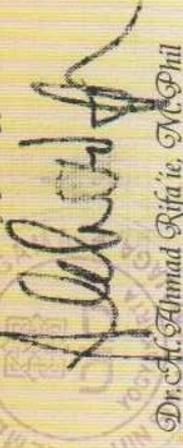
pada tanggal 5-7 September 2012 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mengetahui,

Yogyakarta, 7 September 2012

Pembantu Rektor III

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

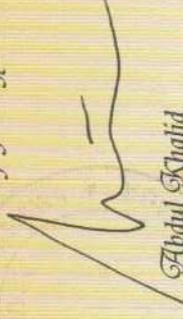


Dr. A. Ahmad Rifa'i, M.Phil

NIP. 196009051986031006

Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

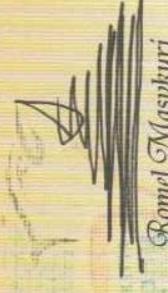


Abdul Khalid

Presiden Mahasiswa

Panitia OPAAK 2012

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Romel Maspkuri

Ketua Panitia



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571

SERTIFIKAT

No.: UIN.02 /DSH.3/PP.00.9/0772/2013

Diberikan Kepada:
IZTA AKMILA

NIM : 12730010

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Quran
dengan Predikat :
Baik (B)

Yogyakarta, 07 November 2013

a.n.Dekan

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan

H. Andy Dermawan, M.Ag
NIP. 19700908 20003 1 001



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.73.18.20930/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Izta Akmila Alamia**
Date of Birth : **October 29, 1993**
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **May 11, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	42
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	40
Total Score	420

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, May 11, 2016

Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.73.16.22027/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Izta Akmila Alamia :
تاريخ الميلاد : ٢٩ أكتوبر ١٩٩٣

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٧ مايو ٢٠١٦، وحصلت
على درجة :

٤٠	فهم المسموع
٣٢	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٢	فهم المقروء
٣١٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٧ مايو ٢٠١٦

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠٠.٥





SURAT KETERANGAN

No : 402-1701- 005.

Yang bertandatangan dibawah ini atas nama Pimpinan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta menerangkan :

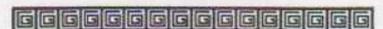
Nama : Izta Akmila Alamia
NIM : 12730010.
Prodi : Ilmu Komunikasi, Fak. Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah mengadakan penelitian untuk penyusunan skripsi di Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta pada tanggal 15 November 2016 sampai 14 Desember 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 06 Januari 2017
Agnes Armi Indaryati, SH
Plt. Manager Marketing & Pengembangan





CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

Nama : Izta Akmila Alamia
Jenis kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Yogyakarta, 29 Oktober 1993
Kewarganegaraan : Indonesia
Tinggi, berat badan : 167 cm, 54 kg
Agama : Islam
Status perkawinan : Belum menikah
Alamat : Gowok 216 RT 07/ Rw 03, Caturtunggal, Depok, Sleman
No. HP : 0822-3397-6615
E-mail : Iztaakmila14@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

❖ PENDIDIKAN FORMAL

SD Muhammadiyah Sapen Yogyakarta	2001-2006
SMP Muhammadiyah 4 Yogyakarta	2006-2009
SMA Angkasa Adisutjipto Yogyakarta	2009-2012
Program Sarjana (S1) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2012-2017