

**Manajemen Isu Oleh PT. Madubaru Yogyakarta (PG.PS Madukismo) Dalam
Dugaan Peristiwa Pencemaran Lingkungan Di Sungai Bedog.**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang diajukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia.**

Di susun Oleh :

Nurul Diva Kautsar

14321090

Raden Narayana Mahendra Prasetya. S.Sos., M.A.

NIDN 0520058402

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2018

NASKAH PUBLIKASI

**Manajemen Isu Oleh PT. Madubaru Yogyakarta (PG.PS Madukismo) Dalam
Dugaan Peristiwa Pencemaran Lingkungan Di Sungai Bedog.**

Disusun Oleh :

NURUL DIVA KAUTSAR

NIM : 14321090

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada :

Yogyakarta, 24 September 2018

Dosen Pembimbing Skripsi :



Raden Narayana Mahendra Prasetya, S.Sos., M.A

NIDN : 0520058402

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA

NIDN 0516087901

ABSTRAK

Nurul Diva Kautsar. 14321090. Manajemen Isu Oleh PT Madubaru Yogyakarta (PG.PS Madukismo) Dalam Dugaan Peristiwa Pencemaran Lingkungan Di Sungai Bedog. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Manajemen Isu oleh PT. Madubaru Yogyakarta dalam mengelola masalah (isu) dugaan pencemaran limbah di Sungai Bedog, Bantul, DIY. Manajemen Isu sendiri merupakan tindakan responsif Madubaru dalam mendeteksi dan menganalisis dugaan pencemaran yang dikeluarkan oleh publik sebagai upaya pencapaian kembali *Mutual Understand* yang telah terjalin sebelumnya, sehingga PT. Madubaru melalui Humas PLL bisa kembali menerapkan *Win-win solutions* ketika terjadi masalah serupa dikemudian hari.

Metode penelitian ini menggunakan paradigma *konstruktivistik* dengan pendekatan Kualitatif melalui teknik pengambilan data secara observasional dan wawancara berdasarkan data utama dan pembandingan yang berasal dari *Stakeholders* penelitian sebagai upaya menganalisis tindakan komunikasi perusahaan yang dilakukan.

Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa, aktivitas Manajemen Isu di PT. Madubaru dilakukan berdasarkan inisiatif dari unit PLL (pengelolaan limbah dan lingkungan) sesuai tahapan pengelompokan masalah seperti *Origin* (Terjun ke Masyarakat untuk mengamati perkembangan masalah), *Amplification* (Mengelola penyebaran ISU), *Organisation* (Bermediasi dengan kelompok Penuntut Limbah) dan *Resolution* (Menaati Kebijakan Pemerintah). Namun tidak terstrukturanya langkah tersebut menjadi kendala yang dihadapi PT. Madubaru karena langkahnya lebih mengandalkan inisiatif dari divisi PLL sehingga dikhawatirkan bisa menghambat kegiatan Manajemen Isu ketika terjadi perubahan struktur organisasi di divisi PLL.

Kata kunci :Isu, Manajemen Isu, Isu Lingkungan, Humas

ABSTRACT

Nurul Diva Kautsar. 14321090. Issue Management by PT Madubaru Yogyakarta (PG.PS Madukismo) in Alleged Environmental Pollution on the Bedog River. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2018

This study aims to determine the application of Issue Management by PT. Madubaru Yogyakarta in managing the problem (issue) of alleged pollution in Bedog River, Bantul, Yogyakarta's. Issue Management itself is Madubaru's responsive action in detecting and analyzing the alleged pollution complained by the public as an effort to regain the *Mutual Understand* that has been established previously, The PT. Madubaru through PLL Public Relations can again apply Win-win solutions when similar problems occur in the future.

This research method uses a constructivist paradigm with a qualitative approach through observational data retrieval techniques and interviews based on the main data and comparators derived from research stakeholders as an effort to analyze the actions of corporate communication carried out.

The results of the research here show that, Issue Management activities at PT. Madubaru is carried out based on the initiative of the PLL unit (waste and environmental management) according to the stages of grouping problems such as Origin (Plunge into the Community to observe the development of problems), Amplification (Managing the spread of ISU), Organization (Mediating with the Waste Claimant group) and Resolution (Obeying Government Policy) But the unstructured steps become obstacles faced by PT. Madubaru because of his steps relies more on initiatives from the PLL division so it is feared that it could hamper the Issue Management activities when there is a change in organizational structure in the PLL division.

Keywords: *Issues, Issue Management, Environmental Issues, Public Relations*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian :

Isu lingkungan muncul atas reaksi dari terganggunya aktivitas biota dan manusia yang saling bersimbiosis, melalui urgensi tersebut perusahaan sebisa mungkin menangani berbagai indikasi yang bisa merusak hubungan *Mutual Understand* dan meminimalisir *cause effect* akibat aktivitas buang perusahaan dan, dari aktivitas tersebut humas selaku garda depan perusahaan sebisa mungkin melakukan kegiatan *controlling* baik internal maupun eksternal sosial sehingga ketika ada aktivitas perusahaan yang menimbulkan dampak negative serta merugikan public perusahaan bisa segera melakukan isolasi sumber agar bisa meminimalisir dampak negative kebijakan public. (Sunaryo 2014:196)

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa contoh kasus dari gagalnya penanganan Isu Lingkungan, salah satu kasus yang bahkan melibatkan pemerintah sebagai pengontrol kebijakan sosial yaitu “pencemaran limbah beton sisa pembuangan truk molen di PT. Adhimix precast Indonesia”. Hal tersebut akan menimbulkan krisis ketika perusahaan tidak memperhatikan dampak ekologis sosial yang ditimbulkan sehingga warga menuntut pemerintah untuk menutup izin usaha. <https://metro.sindonews.com/read/1059559/171/kali-cideng-tercemar-beton-cair-1446820681>

Contoh terakhir merupakan dugaan isu pencemaran lingkungan oleh PT. ARUN di Nangroe Aceh Darussalam. Perusahaan tersebut bergerak di bidang minyak dan gas. Ketika diklarifikasi pihak PT. ARUN akan bertanggung jawab hanya ketika pencemaran tersebut berasal dari perusahaan nya. <http://www.acehtraffic.com/2012/04/pencemaran-lingkungan-pt-arun.html>

Manajemen Isu sendiri menurut Howard Chase adalah Sebuah alat ukur yang guna mengidentifikasi, menganalisis, mengelola serta merespon isu-isu yang berkembang dimasyarakat sebelum diketahui oleh *Stakeholders*. Manfaat manajemen isu sendiri adalah sebagai *Early Warning*, dan melatih keterbukaan informasi akan tanggung jawab perusahaan. Saat ini peneliti tertarik mengambil penelitian Manajemen Isu di Pabrik Gula Madukismo, mengingat PT. Madubaru dituduh mencemari limbah ke sungai Bedog, Pajangan Bantul yang mengakibatkan banyak tambak warga yang mati serta aktivitas MCK yang terganggu oleh aktivitas Pabrik. Kajian Manajemen Isu sendiri masih jarang, sehingga harapannya kajian ini dapat membantu memberikan gambaran pada penelitian yang berkaitan dengan pengelolaan isu kebijakan public . *Howard Chase dalam Kriyantono.2015:174-175.*

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan Manajemen Isu oleh P.G. Madukismo dalam upaya mengatasi isu yang berkembang ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dari Manajemen Isu oleh PG Madukismo

C. Tujuan Penelitian :

Tujuan penelitian disini ialah penulis berusaha mendalami kajian Manajemen Isu dugaan pencemaran lingkungan dengan cara mengetahui bagaimana Humas dari PLL PG.PS Madukismo berusaha mengelola sebuah Isu yang mempengaruhi kebijakan public dalam dugaan pencemaran limbah di Sungai Bedog, Bantul Mei 2016.

D. Manfaat Penelitian :

1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teori, dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah referensi guna menambah perkembangan dari bidang kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi korporasi
- b. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebuah acuan dalam kontribusi aktif dibidang ilmu pengetahuan seputar manajerial serta kehumasan sebagai bentuk aktif komunikasi internal maupun eksternal kepada public.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat praktis yang bisa diperoleh adalah, diharapkan ada sebuah *Output* pemahaman baru yang selama ini tidak tepat berkaitan dengan Krisis Korporasi, mengingat krisis tidak semata mata terjadi begitu saja, ada banyak faktor salah satunya minim pengelolaan isu dimasyarakat dan Isu lah yang bisa mengawali terjadinya sebuah Krisis Korporasi itu sendiri.
- b. Sebagai pedoman untuk praktisi HUMAS disemua bidang agar senantiasa berinovasi dalam strategi ekologis sosial terutama bidang industri ketika menjalankan relasi sosial perusahaan, mengingat Industri yang menghasilkan sisa buang merupakan objek yang *Rentan* atas isu sensitive di *stakeholders*.

E. Tinjauan Pustaka :

1. Tinjauan penelitian pertama dari penelitian Benedikta Thia, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta tentang Strategi Manajemen Isu di PTPN XIII Kalimantan studi kasus Isu Lingkungan yang diabaikan

perusahaan kelapa sawit, sehingga diisukan merusak lingkungan, ekosistem serta habitat orang hutan Kalimantan dan menguraikan strategi manajemen isu seperti : Identifikasi Isu oleh PTPN XIII (proses kategorisasi *GAP* untuk dilaporkan kepada divisi yang berwenang untuk dikelola.), Analisis Isu (Humas harus bisa menganalisis apa yang harus “diprioritaskan” dan mana isu yang “potensial”) dan Program Penangan Isu (mengambil langkah tepat untuk memutuskan kebijakan apa yang akan diambil). agar bisa satu suara dan isu pun tidak berkembang. <http://e-journal.uajy.ac.id/1954/2/1KOM03603.pdf> (2013)

2. Tinjauan pustaka berikut ini penulis mengacukan pada penelitian Anggoro Wahyu, yang mengangkat tema tentang Manajemen Isu di PT.Pertamina Persero, Marketing Operation Region II Palembang. Penelitian tersebut menitikberatkan pada bagaimana pertamina marketing region ii Palembang menangani Isu kelangkaan bahan bakar minyak dipalembang melalui peran Public Relatons (Marketing) dalam meredam sentimen masyarakat, sehingga harus bertindak cepat dalam mengambil keputusan seperti :
 - a. Memberikan klarifikasi terkait dengan kelangkaan BBM di Palembang, terkait keterbukaan informasi oleh PT. Pertamina Persero Marketing Operasional Region II Palembang sehingga bisa sesuai dengan fungsi PR yaitu sebagai juru bicara perusahaan.
 - b. Langkah yang kedua yaitu tindakan perusahaan yang tanggap dengan membuka layanan konsumen dan layanan pengaduan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah Studi kasus karena penulis bisa melakukan pengujian data secara intensif berdasarkan sumber bukti dilapangan melalui. (<http://e-journal.uajy.ac.id/3915/>) (2013)

F. Kerangka Teoritis

A. Isu

Menurut Regester dan Larkin, isu merupakan pengawalan peristiwa yang akan terjadi baik diinternal maupun eksternal organisasi di masa mendatang. Sedangkan menurut *The Issue Management Council*, Isu akan muncul bila terjadi kesenjangan antara harapan publik dengan aktivitas organisasi. (Kriyantono.2015:150). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa suatu masalah dapat dikategorikan Isu jika memiliki kriteria seperti berikut :

1. Melibatkan banyak pihak eksternal yang berhadapan dan berinteraksi penuh dengan organisasi atau perusahaan. Ada pertentangan kepentingan dari masing masing pihak tersebut.
2. Tidak ada jawaban yang mengambang antara hitam dan putih, lalu tidak ada jawaban yang benar dan pasti , tetapi solusi didapatkan dari negosiasi dan dari kemungkinan kemungkinan jawaban dan tindakan yang masing masing satu sama lain memiliki resiko.
3. Dimungkinkan atas terkaitnya kebijakan atau regulasi publik yang lebih kompleks
4. Tergantung pada fakta-takta dan atau opini persepsi dari masing masing fakta yang terjadi di lapangan
5. Lebih pada faktor-faktor emosional daripada data yang terdapat dilapangan. (Kriyantono.2015:156)

Namun disini jika kita melihat tulisan *Harrison:2008*, Isu sendiri dibagi 2 jenis lagi, yaitu isu *Offensive dan Deffensive*. Isu *Offensive* sendiri adalah isu isu yang dipakai untuk meningkatkan citra dari perusahaan, sedangkan Isu *Deffensive* adalah isu yang bisa merusak citra dari perusahaan sendiri. Guna meminimalisir ketidak tepatan mengelola isu disini penulis berupaya mencantumkan 4 tahapan yang ditulis oleh *Harrison* yaitu:

1. Tahap Origin [Potential Stage]

Pada tahap ini public sudah merasakan kesenjangan antara harapan publik dengan *Action* oleh perusahaan.

2. Tahap Amplification [imminent stage, emerging & shape the debates]

Pada tahap ini Isu sudah berkembang dan didukung kebenarannya oleh *stakeholder* seperti media massa dan badan pemerintah.

3. Tahap Organisation [current the stage dan critical stage]

Tahap ini adalah kelanjutan dari Amplification dimana public sudah membuat grup-grup sebagai forum komunikasi satu suara, untuk melakukan perlawanan terhadap perusahaan.

4. Tahap Resolution [dormant stage,/shape regulations, standart and plants]

Pada tahap ini pemerintah sudah turun tangan dan memberikan suatu kebijakan publik yang harus dipatuhi dan diikuti oleh perusahaan sebagai sanksi sosial akibat lambatnya respon atas keluhan masyarakat. (Kriyantono.2015:164-169)

B. Manajemen Isu :

1. Mengidentifikasi Isu Isu yang menyeruak di kalangan stakeholders sekitar Perusahaan atau Pabrik..
2. Memetakan Kebutuhan *Stakeholders* (media massa, pemerintah serta badan control sosial) Selama isu menyeruak.
3. Persiapkan segala kebutuhan output informasi kepada Manajerial Inti.
4. PR harus bisa memprediksikan Isu (Pra krisis).. (*Wasesa Agung.2006:52-54*)

Seperti yang dikatakan oleh Kartini.Dwi terdapat beberapa strategi. 2009:54 pengaplikasian manajemen isu dalam keadaan genting melalui keterlibatan aktif masyarakat sebagai kunci dari isu itu sendiri didalam relasi dengan masyarakat, yaitu :

1. Leadership

Adanya kesadaran filantropik antara Top Manajemen dengan *Stakeholders* sekitar dalam keadaan genting yang memungkinkan tercipta suatu *Relasi Kekuasaan* bahwa perusahaan sudah bertindak dan tercipta simpati sebagai *leader* utama public.

2. Proporsi Bantuan

Dalam mengahalui suatu isu, perusahaan perlu mempertimbangkan proporsi bantuan. Sesuai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat bukan yang diminta. Perhitungan tersebut akan jadi nilai plus, sebisa mungkin jangan memberikan bantuan berupa *fresh money*

3. Perencanaan dan mekanisme monitoring

Ada urgensi yang bisa diperhatikan oleh perusahaan yaitu *monitoring* kegiatan kemasyarakatan sebagai tolak ukur keberhasilan langkah pengelolaan isu "*Local Wisdom*" atau kebudayaan local dari *Stakeholders* itu sendiri.

4. Pelibatan koordinasi bersama *Stakeholders*

Dalam point ini pelibatan koordinasi stakeholders bisa dimulai dengan membentuk jaringan komunikasi sebagai kegiatan pemantauan berkelanjutan apakah masih terdapat keluhan atau tidak.

5. Keberlanjutan (*Sustainability*)

Pola komunikasi tersebut harus terus dijaga untuk membangun pola *mutual understand* yang *sustainable*. Proses tersebut akan terlihat keberhasilan dari interaksi masyarakat atas pola imteraksi dan komunikasi yang terbangun.

6. Outcome

Ada bentuk penghargaan yang diberikan oleh perusahaan terhadap masyarkat sekitar secara simbolis sebagai bentuk terima kasih perusahaan, seperti bentuk

dokumentasi, memberikan dampak ekonomi yang dinamis dan mandiri di masyarakat., (Kartini.Dwi.2009:54-55)

C. Aktivitas Kehumasan dalam Proses Manajemen Isu

Dibawah ini terdapat langkah pro active melalui aktivitas kehumasan yaitu sebagai berikut :

1. Audit Komunikasi

Humas harus bisa menganalisis (menilai) atas apa yang telah dilakukan, seperti halnya dampak ekologis serta seberapa efektifkah program tersebut.

2. Sosial audit/lingkungan/pemindaian/pemantauan

Perspektif ini merupakan langkah yang harus dilakukan agar perusahaan bisa sadar akan peran dimasyarakat. Urgensi ini juga menekankan bagaimana interaksi perusahaan di Publik. (Butterick.keith.2014 : 150-151).

D. Proses Manajemen Isu

1. Mendefinisikan problem public relations (Proses manajemen)

- a. Mendefinisikan problem (atau peluang) : Proses ini mengacu pada “pengidentifikasian dari opini, sikap serta perilaku pihak-pihak yang terlibat (*Problem-solving*)
- b. Perencanaan dan pemrograman :“informasi yang terkumpul dari berbagai sumber lantas kordinasikan dengan direktur guna menentukan keputusan tentang program yang harus dibuat melalui komunikasi (taktik) guna menentukan langkah yang dijalankan.

- c. Mengambil tindakan dan berkomunikasi : Proses ke tiga ini merupakan bagian pengimplementasian program sebagai tolak ukur ketepatan program yang “*segmented*” untuk masing masing *Stakeholders*.
- d. Evaluasi program : Alur manajemen isu terakhir ini merupakan penggambaran dari kesimpulan lanjutan yang sudah dibuat dan didasarkan pada evaluasi. (*Cutlip & Center.2014:320-321*)

E. Perencanaan dan pemrograman (Manajemen Strategis)

1. Mendefinisikan peran dan misi : dalam perspektif ini Humas dituntut untuk menganalisis tujuan dan relevansi antara perusahaan dengan Publik.
2. Menentukan area hasil utama : Di model kedua ini bisa diartikan sebagai wadah untuk mengimplementasikan pengembangan minat dan bakat dari *Stakeholders*. Mengidentifikasi indikator efektivitas : Humas sesegera mungkin melakukan penentuan faktor yang dapat diukur sebagai dasar pedoman sasaran *Stakeholders*.
3. Memilih dan menentukan sasaran : Dari sini akan terukur benefit yang akan diperoleh dari masing masing pihak, (mana yang harus didahulukan sebagai prioritas utama).
4. Menyiapkan rencana aksi : Melihat bagaimana sasaran yang tepat Dan terdapat beberapa point yang harus dipenuhi dalam menjalankan . program nomor 5 ini. Antara lain : Pemrograman, Penjadwalan, Anggaran, Menentukan akuntabilitas serta Mereview dan merekonsiliasi. (mengetes dan merevisi rencana tentative, jika diperlukan sebelum melakukan aksi) (*Cutlip & Center .2014 : 352- 356*)

G. Metode Penelitian

G.1. Metode Survey Sebagai PRA Penelitian

1. Pertama Penulis harus membangun komunikasi dengan objek penelitiannya, namun penulis harus tahu batasan dalam berkomunikasi itu seperti apa, agar data yang diperoleh bisa tetap objektif.
2. Kedua dari hasil survey ini umumnya akan ditungkan ke unsure unsure untuk memenuhi konfirmasi teoritik yang akan digunakan, guna diturunkan kedalam point point reduksi data kemudian.
3. Dan yang terakhir terdapat kaidah yang terkait dengan pemaknaan objek penelitian sehingga kebenaran tersebut dapat dinilai secara mutla.
(Bppi.Yogyakarta.2008:50-51)

G.2. Teknik Pengambilan Data

Penulis melakukan pengambilan data yang pertama melalui Observasi, dengan melakukan kunjungan ke perusahaan guna menentukan calon narasumber dan tidak menutup kemungkinan peneliti menerapkan konsep “*Snow Ball*” atau rekomendasi narasumber ketika dirasa relevan. Lalu yang kedua ada wawancara, wawancara merupakan teknik yang penting karena penelitian kualitatif bersifat *Deep* atau mendalam, Karena dalam penelitian kualitatif pemilihan narasumber dilakukan secara acak guna mendapatkan data yang dibutuhkan dalam keterbukaan subjek pada penelitian. (Bppi.Yogyakarta.2008:198)

G.3. Teknik Analisis data

Diteknik analisis data peneliti akan memusatkan pada pengelompokan jenis kategorisasi data sesuai dengan kebutuhan data penelitian seperti siapa narasumber yang diwawancarai, perspektifnya kemana dan paradigmanya apa, sehingga akan memudahkan peneliti dalam pengelompokan hasil reduksi data sesuai dengan teori

yang peneliti pakai yang nantinya akan peneliti pakai untuk menarik hasil kesimpulan penelitian di bab selanjutnya.

G.4. Dokumentasi

Dalam G.4. disini adalah tahap pengambilan dokumentasi dilapangan, pengambilan dokumentasi ini dilakukan oleh peneliti ketika mengambil data di Pabrik Gula Madukismo, mengapa dokumentasi, karena peneliti berfikir bahwa untuk menguatkan suatu argument terutama untuk mendukung kevalidan data dilapangan.

G.5. Metode Riset Kualitatif

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode riset kualitatif karena peneliti ini peneliti ingin mengetahui seberapa dalam Manajemen Isu yang dilakukan oleh PG Madukismo, pada dasarnya Penelitian kualitatif disini merupakan sebuah konsep penelitian yang bersifat pemahaman fenomena yang mendalam tentang suatu fenomena sosial yang dialami oleh perusahaan. (Moleong.lexy.2014:6)

G.5. Paradigma Konstruktivistik

Disini peneliti juga ingin melihat apa saja output output yang sengaja dikonstruksi oleh objek-objek yang mengelola ISU di PG. Madukismo Bantul. Paradigma konstruktivistik merupakan kerangka berfikir yang melibatkan kekuatan logika berdasarkan argument yang dibuat oleh perusahaan dalam upaya pemulihan citra perusahaan akibat dampak ISU yang di tuduhkan oleh publik.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Kronologis munculnya isu

Tahap awal kronologis munculnya isu di PG Madukismo berawal dari mengalirnya limbah buang berwarna pekat yang melintasi aliran sungai bedog, dusun Pajangan, Bantul Mei 2016, ditambah dengan kesalahan mekanisme pembuangan dari internal perusahaan, *Miss Communication* pada unit pembuangan limbah yang bermula dari timbulnya kelebihan limbah buang yang tidak tertampung dan atas inisiatif operator penjaga pintu limbah terpaksa dikeluarkan ke sungai tanpa ada konfirmasi ke pihak dibagian (divisi PLL).

Tujuan awalnya dibuangnya limbah oleh perusahaan adalah untuk meminimalisir melubernya air buangan limbah tersebut di bak penampungan atas inisiatif dari operator penjaga pintu maka dibuanglah limbah tersebut kesungai bedog. Dampak dari terbuangnya limbah ke sungai tersebut menuai beberapa komentar dari warga yang terkena dampak secara langsung dan melayangkan surat keberatan. Penulis menyimpulkan bahwa awal dari munculnya *Gap-gap* yang membuat batasan interaksi dan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat adalah *Miss communication* di internal.

B. Analisis SWOT pada kegiatan Manajemen ISU

Pada analisis *STRENGTH* pertama ini penulis memandang bahwa kegiatan Manajemen ISU yang telah dilakukan oleh PT. Madubaru Yogyakarta dianggap *SUCCES* karena :

- a. Perusahaan membuat program, dan diaplikasikan (direktur ikut terlibat sebagai upaya empaty perusahaan sehingga menciptakan *Feedback* positif baik diranah Masy, Mass Media maupun DLH. (*SPIONASE – Melaporkan kepada PKBL – Melaporkan kepada Direktur – Menyalurkan Bantuan – Membuat Program Cembengan (kelokalan yang melibatkan banyak masyarakat)*).
- b. Penyebaran Informasi dari perusahaan mengenai Mengangkut Limbah dengan Truk dan Mengolahnya menjadi Pupuk
- c. Mencoba membangun komunikasi dengan pihak pihak yang terlibat dan terkena dampak (*Stakeholders*)
- d. Evaluasi atas apa yang sudah perusahaan lakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pihak eksternal (fungsi control sosial)
- e. Membuka laporan atas kejadian yang sedang terjadi dan membuka kesempatan bagi DLH untuk memantau langsung ke pabrik dan masyarakat sekitar (*Open Communication 24 Jam*)

Pada analisis *WEAKNESS* kedua ini penulis memandang bahwa kegiatan Manajemen ISU yang telah dilakukan oleh PT. Madubaru Yogyakarta dianggap *FAILED* karena terdapat beberapa point kelemahan berupa:

- a. Kompleksnya *Stakeholders* membuat perusahaan susah untuk memetakan secara rinci seberapa luas jangkauan masalah yang terdampak dan memenuhi keinginan dari kelompok penentang (WALHI, Mass Media, Dinas Lingkungan Hidup).
- b. Kurangnya *Sounding* terkait kegiatan pengolahan pupuk cair yang dilakukan oleh perusahaan sehingga membuat WALHI dan DLH mempertanyakan kegiatan tersebut sebagai upaya perusahaan dalam mengurangi dampak pembuangan limbah.

Pada analisis *OPPORTUNITIES* kedua ini penulis memandang bahwa kegiatan Manajemen ISU yang telah dilakukan oleh PT. Madubaru Yogyakarta dianggap *SUCCES* mengingat terdapat beberapa peluang yang kemungkinan jika dilakukan bisa berdampak positif dan menghindarkan perusahaan dari kemungkinan krisis perusahaan yang lebih kompleks *yaitu* :

- a. Melakukan *Spionase* dengan terjun ke masyarakat untuk melihat kondisi real dilapangan.
- b. Menemui orang orang yang sekiranya menurut perusahaan bisa memberikan informasi terkait keadaan pasca pembuangan limbah ke sungai
- c. Mencoba membangun komunikasi dengan pihak pihak yang terlibat dan terkena dampak
- d. Membangun komunikasi juga dengan media, bekerja sama dengan salah satu ketua (senior) atau redaktur dari media di jogja
- e. Perusahaan mengoptimalkan kegiatan Mediasi harus seperti apa tindakan mereka dalam mengelola limbah yang teroptimalkan dengan baik.
- f. Perusahaan mengajak BLH untuk menjadi saksi pengecekan limbah ketika limbah tersebut kembali keluar sehingga dari situ BLH bisa menjadi wasit atau penengah ketika konflik kepentingan kembali terjadi.

Pada point *THREAT* ini penulis melihat bahwa kegiatan Manajemen ISU yang sudah perusahaan dikatakan *FAILED* karena :

- a. Membangun komunikasi dengan melaporkan setiap detail kejadian.
- b. Menemui orang orang yang sekiranya menurut perusahaan bisa memberikan informasi terkait keadaan pasca pembuangan limbah ke sungai
- c. Mencoba memberikan edukasi kepada kepala atau ketua dari media yang meliput agar jangan memuat informasi yang belum tentu kebenarannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan Penelitian

Terdapat 2 indikasi *GAP* di lapangan, yang pertama *Gap* dengan Warga Dusun Pajangan, mereka meminta agar perusahaan mengganti tambak ikan warga yang mati atas tercemarnya air Sungai Bedog dan perusahaan segera mengangkut limbah sisa di sungai, dan indikasi *Gap* yang kedua muncul dari Publik seperti Komunitas Diporatna, yang menuntut agar perusahaan segera ditutup oleh Dinas Lingkungan Hidup, lalu dari WALHI yang menganggap perusahaan tidak memiliki sistem *IPAL* dan dianggap merusak ekosistem biota disungai tersebut serta dari Media Massa yang menganggap perusahaan merampas hak hidup warga disana atas ketiadaan respon dari Madukismo.

Berdasarkan *GAP* tersebut, PLL menganggap bahwa terdapat mis-komunikasi atas apa yang dituduhkan, bahwa madukismo selalu membuang limbah ke Sungai Bedog, mengingat di Sungai Bedog sendiri terdapat banyak perusahaan yang turut serta membuang limbah dan beberapa diantaranya adalah limbah rumah tangga yang tercampur, sehingga menghasilkan suatu reaksi kimia berbahaya dan membunuh ikan ditambak milik warga sekitar. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *GAP* tersebut berawal dari kurangnya komunikasi internal dan eksternal dari perusahaan. PLL sendiri membenarkan bahwa secara internal perusahaan kurang berkordinasi untuk pembuangan limbah ke sungai karena *Overload* pada sistem buang Madukismo.

B. Tahapan Manajemen Isu yang Perusahaan Lakukan

1. Tahap Origin (*Potential Stage/Define The Issue*)

Proses ini mengarah pada penyelidikan dan memantau pengetahuan atas opini, sikap dan perilaku dari pihak masyarakat atau *Stakeholders* di lapangan. Proses

tersebut dipengaruhi oleh tindakan *Massive* dari warga dan komunitas yang mulai menciptakan *GAP* sebagai bentuk respon warga atas tercemarnya Sungai Bedog. Pada dasarnya ini adalah fungsi intelegen dari Madukismo sebagai dasar untuk semua langkah dalam proses pemecahan problem dengan menentukan (*Problem – Solving*) dalam memetakan bantuan sesuai kebutuhan seperti bantuan tambak dan ternak warga yang terdampak langsung pencemaran.

2. Tahap Mediation & Amplification

Informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber data yang terjadi dilapangan untuk menentukan suatu keputusan tentang program atau kebijakan yang dibuat untuk public, strategi tujuan, serta tindakan dan komunikasi ditambah taktik dan sasaran guna menentukan segmentasi. Seperti : Memetakan Kebutuhan *Stakeholders* Selama Isu menyeruak, Persiapkan output informasi kepada Manajerial Inti sebagai bentuk respon pabrik atas ISU yang berkembang, dan Memprediksikan ISU atas pembentukan *Meaningfull Participations* (Pra krisis).

3. Organisation (Current stage and Critical Stage/limit/contain the issue)

Ini adalah proses pengimplementasian program yang didesain sebagai guna mencapai tujuan spesifik untuk masing masing public dalam rangka mencapai tujuan program. Sehingga timbul pertanyaan dalam perspektif ini adalah “siapa yang harus melakukan dan menyampaikannya, dan kapan, dimana, dan bagaimana caranya” ? dan berikut adalah *Actions* yang dilakukan oleh PG Madukismo dalam mengelola Isu (Mengambil tindakan dan berkomunikasi) seperti : Perencanaan dan mekanisme monitoring dalam pelibatan *stakeholders*, *Leadership* sebagai bentuk kesadaran filantropik yang dilakukan oleh Top Manajemen (Direktur utama) sebagai basis pemimpin kuat perusahaan dalam memaksimalkan Proporsi Bantuan.

4. Tahap Resolutions (Dormant stage /shape regulations, standard plans)

Langkah terakhir ini merupakan *Action* yang sudah dirumuskan ketika evaluasi pasca keadaan genting yang sudah terjadi, Evaluasinya sendiri mengarah ke perspektif bagaimana hasil kerja (*Workflow*) perusahaan dari segi manajerial atas tindakan yang sudah dilakukan tanpa mempengaruhi suatu regulasi yang sudah dibuat oleh pemerintah sebagai fungsi *control public* sehingga hasilnya dari masing masing kepentingan bisa saling terpenuhi dan masalah atas dugaan pencemaran bisa terminimalisir atas arahan dari regulasi Dinas Lingkungan Hidup kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

A. Faktor Pendukung dan Pengaruhnya terhadap Manajemen ISU PG Madukismo

a. Pengaplikasian berdasarkan masalah dilapangan (*SPIONASE*) – *Melaporkan kepada PKBL – Melaporkan kepada Direktur – Menyalurkan Bantuan – Membuat Program Cembengan (kelokalan yang melibatkan banyak masyarakat)* sehingga perusahaan bisa menentukan skala prioritas dalam penyelesaian masalah.

b. Dan masyarakat yang sudah melihat *Actions* perusahaan dalam kegiatan pengangkutan limbah dengan Truk dan Mengolahnya menjadi Pupuk dapat menjadi suatu kekuatan *Word of Mouth* yang efektif ke seluruh masyarakat luas bahwa perusahaan sudah berusaha menekan jumlah limbah disungai sekitar (Dusun Rogocolok seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nurhayati)

c. Membangun *open* komunikasi 24 jam dengan pihak pihak yang terlibat dan terkena dampak (*Stakeholders*) bisa menjadi kekuatan utama perusahaan bertahan ditengah dugaan dari pihak pihak yang diduga sebagai Pemisuh dan Perusuh.

d. Bentuk evaluasi atas apa yang sudah perusahaan lakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pihak eksternal (fungsi control sosial) DLH dan Media

Massa bisa menjadi kunci mengendalikan penyebaran ketidak pastian informasi juga, mengingat Media Massa bisa secara cepat merubah opini public terhadap pabrik.

B. Faktor Penghambat serta Pengaruhnya terhadap Manajemen ISU PG.Madukismo

a. Kompleksnya *Stakeholders* membuat perusahaan susah untuk memetakan secara rinci seberapa luas jangkauan masalah yang terdampak dan memenuhi keinginan dari kelompok penentang (WALHI, Mass Media, Dinas Lingkungan Hidup) seperti yang diungkapkan oleh perusahaan melalui Atta Nurrochman bahwa perusahaan sangat sulit memenuhi keinginan mereka karena kompleksnya kelompok yang menginginkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Kurangnya *Sounding* terkait kegiatan pengolahan pupuk cair yang dilakukan oleh perusahaan sehingga membuat WALHI dan DLH mempertanyakan kelanjutan kegiatan tersebut sebagai upaya keseriusan dari perusahaan dalam mengurangi dampak pembuangan limbah dan upaya pemantauan apakah IPAL PT. Madubaru Yogyakarta sudah berfungsi atau belum.

c. Membangun komunikasi dengan melaporkan setiap detail kejadian, ini menjadi ancaman atau penghambat mengingat ketika perusahaan menjadi sangat terbuka memungkinkan perusahaan untuk menonjolkan celah seperti seluruh kegiatan internal yang sifatnya sensitive dan rahasia menjadi diketahui oleh public, dan solusinya adalah menentukan skala prioritas mana urgensi yang lebih beresiko untuk ditangani terlebih dahulu.

d. Mencoba memberikan edukasi kepada kepala atau ketua dari media yang meliput agar jangan memuat informasi yang belum tentu kebenarannya. Ini akan menjadi ancaman bagi perusahaan karena perusahaan akan dianggap sebagai korporasi yang arogan dan menganggap wartawan kurang berpihak. Mungkin yang lebih tepat adalah

dengan rutin melakukan semacam komunikasi atau Company Visit sehingga dari masing masing pihak bisa sama sama berkordinasi untuk sama sama menentukan langkah demi kemajuan bersama dengan Media Massa sebagai mitra publikasi perusahaan.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian skripsi Manajemen Isu PG Madukismo ini, penulis merasakan hambatan terbesar selama penelitian ini adalah terdapat rasa ketakutan dari masyarakat ketika mereka berupaya memberikan informasi, mengingat PG Madukismo merupakan pabrik yang dimiliki oleh Sultan Hamengkubono sebagai sosok yang dijunjung tinggi oleh masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya, serta banyak dari anggota keluarga mereka yang bekerja di pabrik tersebut.

Hambatan selanjutnya adalah ketika penulis *melloby* dinas terkait untuk proses pengambilan data (Dinas Lingkungan Hidup). Penulis merasakan kerumitan administrasi seperti diputar putar terkait siapa narasumbernya, maupun proses komunikasinya yang dirasa kurang baik terkait arahan serta pelayanan yang mereka berikan terkesan diputar putar, seperti terlihat ketika penulis hendak mencari narasumber informasi. (penulis menyerahkan surat dari kampus bulan November dan Februari baru terlaksana wawancara) ketika penulis menelfon ke nomor dinas tersebut, selalu tidak dapat dihubungi sehingga itu menjadi hambatan cukup besar bagi penulis untuk mencari data informasi sebagai data penyeimbang yang penulis butuhkan, untuk membandingkan informasi yang diberikan oleh masing masing pihak.

Dari media massa sendiri terdapat beberapa kendala, salah satunya dari Tribun Jogja yang memperhambat penulis untuk melakukan wawancara dengan wartawan regional bantuyang meliput kejadian pencemaran di sungai bedog ketika mencuatnya dugaan pencemaran oleh PG Madukismo, seperti ketika penulis membuat janji untuk

mengagendakan kegiatan wawancara dan wartawan dari Tribun Jogja tersebut selalu menunda nunda dan merubah jadwal yang sudah disepakati dengan penulis lebih dari 3 kali, sehingga penulis akhirnya men-skip media tersebut dan hanya menggunakan 3 media sebagai data penyeimbang.

D. Saran untuk Penelitian Berikutnya

1. ketika akan melakukan penelitian terkait permasalahan yang "*Sensitive*", Penulis sarankan untuk sertakan surat perjanjian penelitian yang berbunyi "*penelitian yang akan penulis gunakan adalah murni untuk kepentingan akademis dan praktis bukan untuk kepentingan pribadi apalagi kepentingan komersialisasi yang secara tidak langsung bisa mencemari nama baik oragnisasi.*" Sebagai sarana untuk pemudah administrasi.
2. Perlu sedikit kehati hatian untuk melakukan penelitian dengan perusahaan *Swasta*, mengingat perusahaan *swasta* memiliki daya saing yang kuat sehingga pembentukan karakter dari *output* penelitian bisa sedini mungkin difokuskan guna terhindarnya pendomplengan citra perusahaan terkait.
3. Kuatkan argument penelitian di akhir masa *Resolutions* atau pasca isu, bagaimana menanggulangi isu susulah pasca tahap resolutions, karena pasca isu (*tahap resolutions*) rentan akan adanya serangan dugaan yang lebih besar terkait tidak tertanganinya pemenuhan standar informasi yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada *stakeholders*.
4. *follow up* secara terus menerus, gunakan pendekatan kritis untuk mewawancarai media karena terkadang demi citra medianya wartawan kurang transparan dalam memberikan informasi dan kejelasan untuk diwawancarai.

Daftar Pustaka

Buku

- Abdullah, Ma'ruf. "Manajemen Komunikasi Korporasi". Yogyakarta. Aswaja Pressindo. 2015.
- Bppi, Yogyakarta. "Metodologi Riset Komunikasi, panduan untuk melaksanakan penelitian komunikasi." Yogyakarta : Pusat Kajian Budaya dan Media Populer. 2008.
- Butterick, Keith. "Pengantar Public Relations : Teori dan Praktik". Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2014.
- Cutlip, M. Scott. "Effective Public Relations". Jakarta. Prenada Media Grup. 2014.
- Kartini, Dwi. "Corporate Social Responsibility : Transformasi Konsep, Sustainability Management, dan Implementasinya di Indonesia." Bandung : Refika Aditama. 2009
- Kriyantono, Rachmat "Public Relations, Issue & Crisis Management : Pendekatan Critical Public Relations, Ethnografi Kritis & Kualitatif." Jakarta : Prenadamedia Group. 2015
- Moleong, Lexy. "Metode Penelitian Kualitatif : edisi revisi". Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. 2014.
- Sopian. "Public Relations Writing : Konsep, teori dan praktik". Jakarta. PT. Grasindo. 2016.
- Sunaryo, Wowo. "Ergonomi & K3 : Kesehatan, Keselamatan, Kerja." Bandung : Remaja Rosdakarya. 2014.
- Suparmo. "Crisis Management & Public Relations." Jakarta : Indeks. 2011
- Wasesa, Agung. "Strategi Public Relations : Bagaimana Strategi Public Relations dari 36 merek global dan local membangun citra, mengendalikan krisis dan merebut hati konsumen". Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2006.

- Wasesa, Agung. "Strategi Public Relations : Membangun Pencitraan Berbiaya Minimal dengan Hasil Maksimal, edisi revisi". Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Zulkifli. "Pengelolaan Limbah Berkelanjutan." Yogyakarta : Graha Ilmu. 2014

Jurnal dan Skripsi :

- Anggoro.Wahyu. 2013. "Manajemen Isu di PT.Pertamina Persero Marketing Operation Region II Palembang", Jurnal Komunikasi UAJY, Vol 37. No.23 (16 Juli 2013).<http://e-journal.uajy.ac.id/3915/>
- Buamona.Syaiful, 2015. " Analisis Fungsi Dan Peran Humas PT. PLN (Persero) APJ Yogyakarta Dalam Manajemen Isu (Studi Deskriptif Kualitatif: Diberlakukan Kembali Uang Jaminan Langganan Untuk Pelanggan Listrik Pascabayar Pada Tahun 2013" Skripsi Komunikasi UII. 2015. (<http://repository.uui.ac.id/100/SK/I/0/01/014/014750/uui-skripsi-analisis%20fungsi%20dan-10321109-SAIFUL%20BUAMONA-7113499520-abstract.pdf>)
- Pramono.Jaya. 2016. "Isu Isu Pengelolaan Lingkungan Pada Hotel Berbintang di Bali". Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan kewirausahaan, Vol 10. No.1.(Februari.2016).<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/21491/14210>
- Purwanto.2012. "Isu Lingkungan dalam Dinamika Industri Pulp dan Kertas DiIndonesia".Jurnal.Apki.net.<http://apki.net/wp-content/uploads/2012/06/Isu-Lingkungan-dalam-Dinamika-Industri-Pulp-dan-Kertas-Indonesia-Purwanto.pdf>
- Rahadini.MD, 2010 , "PeranPublic Realties Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Corporate Social Responsibility. JurnalEkonomidanKewirausahaan,Vol. 10. No.1 (April2010).(<http://www.ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/download/368/328>)

- Thia.Benedikta. 2013. “Strategi Manajemen Isu PTPN XIII Kalimantan Barat Studi Kasus Lingkungan Hidup pada PTPNXII” Jurnal Komunikasi Jurnalisme, Vol 36. Edisi 21 Mei 2013. (<http://e-journal.uajy.ac.id/1954/2/IKOM03603.pdf>)
- Witnesteka.Oca. 2012. “Manajemen Krisis PT. Lion Mentari Airlines Dalam Menangani Berita Berita Negatif di Media Massa, Kasus : Maskapai Sering Delayed dan Pilot Sabu” Skripsi Komunikasi. UI. 2012. (<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20320430-S/Ocha%20Witnesteka%20Miela%20Putra.pdf>)

Berita Online :

- Anonim. ”Uniknya Agrowisata Madukismo”. 2014. Link :<https://kanaljogja.com/uniknya-agrowisata-madukismo/>. Di akses pada April 2017
- AT. “ Pencemaran Lingkungan PT. Arun “. 2012. Link :<http://www.acehtraffic.com/2012/04/pencemaran-lingkungan-pt-arun.html>. diakses pada Mei 2017.
- Fds, “Warga Bantul keluhkan Pabrik Gula Madukismo cemari sungai Bedog” 2016. Link : <http://news.okezone.com/read/2016/06/07/510/1408267/warga-bantul-keluhkan-pabrik-gula-madukismo-cemari-sungai-bedog>. Di Akses pada Mei 2017
- Rb. Agus. “Puluhan Massa Kopel Geruduk PT.IKPP, tuding perusahaan lakukan pencemran lingkungan”. 2017. Link : <http://www.riaubook.com/berita/30859/puluhan-massa-kopel-geruduk-pt-ikpp-tuding-perusahaan-lakukan-pencemaran-lingkungan>. Diakses pada Mei 2017
- Ridwansyah. “Kali Cideng Tercemar Beton Cair”. 2016. Link :<https://metro.sindonews.com/read/1059559/171/kali-cideng-tercemar-beton-cair-1446820681>. Di akses pada Mei 2017.

Blogspot dan Website :

- Nurmayanti.kartika. "*SejarahPabrikGulaMadukismo*". 2014. link: <http://kartikanurmayanthi.blogspot.co.id/>. diakses pada November 2017
- Ps.madukismo. "*CompanyProfilePerusahaan*". 2010. link: <http://psmadukismo.blogspot.co.id/2010/08/company-profile.html>. diakses pada November 2017
- Rusmayanti.yeni. "*PabrikTerkenalDiJawa*". 2014. link: <http://pabrikdijava.blogspot.co.id/2014/05/pt-madukismo.html>. diakses pada November 2017