

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

*Corona virus disease 2019 (covid -19)* adalah pandemi atau wabah yang bisa mengenai siapapun, virus ini berawal dari kota wuhan china. Pada tanggal 11 maret 2020 *World health organization (WHO)* telah menyatakan jumpa pers mengenai covid 19 sebagai pandemic global<sup>1</sup>. Adapun Indonesia melalui surat KEPRES nomor 12 tahun 2020 bahwa presiden joko widodo menetapkan covid 19 sebagai bencana nasional Non alam karena berdampak meningkatnya jumlah korban dari hari kehari bulan ke bulan<sup>2</sup>.

*Melalui maklumat Pimpinan Pusat Muhammadiyah* NOMOR 02/MLM/I.0/H/2020 tentang wabah virus diases 2019 (COVID-19), Pimpinan Pusat Muhammadiyah telah membentuk Muhammadiyah Covid-19 Command Center (MCCC) yang bertugas mengoordinasikan pelaksanaan program dan aksi penanganan Covid-19<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> World Health Organization (WHO), "Pernyataan WHO," *Tedros Adhanom Ghebreyesus*, accessed February 12, 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=xKPWngYf2Wk>.

<sup>2</sup> KEMENTERIAN SEKRETARIAT and REPUBLIK INDONESIA, "Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Sebagai Bencana Nasional" (Jakarta, n.d.), <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135718/keppres-no-12-tahun-2020>.

<sup>3</sup> PP Muhammadiyah, "Maklumat Pimpinan Pusat Muhammadiyah Terkait Wabah Covid-19," *MCCC*, accessed February 6, 2022, <https://covid19.muhammadiyah.id/maklumat-pimpinan-pusat-muhammadiyah-terakit-wabah-covid-19/>.

Muhammadiyah mempertimbangkan penyebaran covid 19 yang sangat cepat dan banyak, maka dari itu Pimpinan pusat muhammadiyah menyatakan bahwa covid 19 adalah kejadian luar biasa yang harus dilakukan pencegahan maupun tindakan secara terorganisir maupun termenejemen untuk mengatasi wabah covid 19 . adapun muhammadiyah mendorong pemerintah dan semua element masyarakat agar bekerjasama dan saling bahu membahu disertai sosialisasi tentang pencegahan covid 19 . salah satu bagian terpenting dalam pencegahan covid 19 adalah adanya team komunikasi publik atau selanjutnya *Public Relation* yang dijalankan tugasnya oleh diseminasi dan informasi *MCCC* .

Muhammadiyah yang berusia satu abad sejak awal berdirinya berkomintmen untuk menjaga dan turut andil serta mencerdaskan kehidupan berbangsa melalui organisasi keagamaan yang berusia satu abad, memiliki peran untuk turut menangani situasi yang sedang terjadi di berbagai negara yaitu pandemic covid19.

Aktivitas menejemen *Public Relation* pada setiap lembaga atau organisasi yang pada umumnya berkaitan dengan usaha mengembangkan suatu tim kerja sama atau kelompok orang dalam satu kesatuan, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk tujuan tertentu dalam organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> S.H Rusadi Ruslan, *Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi* (jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2001).

Manajemen *Public Relation* merupakan proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan serta perencanaan buat menggapai target tersebut, dan mengalokasikan sumber energi buat mempraktikkan kebijakan serta merancang pencapaian tujuan organisasi;. Manajemen strategis mengombinasikan kegiatan dari bermacam bagian fungsional sesuatu bisnis buat menggapai tujuan organisasi.

*Public Relation* merupakan salah satu bagian terpenting dalam sebuah organisasi, pendidikan, perusahaan, maupun lembaga pemerintahan *Public Relation* adalah penghubung antara lembaga yang bersangkutan dengan masyarakat sekitar maupun luas.

*Public Relation* (PR) merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini publik. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Stellah I Onyiengo, "The *Public Relations* as a Management Function and the Challenges to Effective Internal *Public Relations* at the Kerio Valley Development Authority in Kenya," *European Journal of Business and Management* [www.iiste.org](http://www.iiste.org) ISSN 6, no. 24 (2014): 1–9, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.685.1354&rep=rep1&type=pdforg>.

Menurut John E. Marston, *Public Relation* adalah kegiatan komunikasi persuasif dan terencana yang dirancang untuk mempengaruhi publik yang signifikan. *Public Relation* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini publik. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan<sup>6</sup>.

Publik telah memiliki ruang yang lebih luas untuk memantau sepak terjang organisasi/perusahaan baik yang berkaitan dengan produk/jasa, pengelolaan organisasi/perusahaan sampai kinerja suatu perusahaan.

Terkait dengan adanya fenomena informasi yang tidak bisa diprediksi, Tsunami informasi berkembang dengan sangat cepat dan membanjiri media massa dan media sosial setiap orang. Hal ini dikarenakan sebuah informasi seperti tak terkendali dan tak terkontrol, sangat berpengaruh terhadap citra diri, citra baik, dan identitas sesungguhnya dari lembaga yang bersangkutan<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Soleh Soemirat and Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations / Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto*, cet 1. (Bandung: Rosda Karya, 2010).

<sup>7</sup> Rhenald Kasali, *Disruption* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017).

Berdasar kajian terkait kegiatan Public Relation, ada dua tanggung jawab dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen. Humas melaksanakan 3 peran<sup>8</sup> :

1. Sebagai pemberi penjelasan, yaitu orang yang bekerja sebagai konsultan dalam mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan dan memantau implementasi kebijakan.
2. Sebagai fasilitator komunikasi, yaitu orang yang biasanya bertugas dalam suatu organisasi yang berkaitan langsung dengan lingkungan yang berperan untuk menjaga hubungan dan komunikasi dengan masyarakat.
3. Sebagai fasilitator pemecahan masalah, yaitu orang yang bermitra dengan senior untuk mengidentifikasi masalah

Adapun peran humas atau Public Relation dalam menghadapi pandemi / wabah corona yang menjadi bencana nasional Non alam.

Strategi humas yang dibangun oleh seorang PR harus membangun *publik trust* (kepercayaan publik) untuk mencapai tujuannya di masyarakat.

## **B. Rumusan masalah**

1. Bagaimana manajemen Public Relation MCCC Muhammadiyah ?
2. Apa faktor pendukung Public Relation MCCC Muhammadiyah?
3. Apa faktor penghambat Public Relation MCCC Muhammadiyah?

---

<sup>8</sup> Lattimore, *Publik Relation : Profesi Dan Praktik* (jakarta: salemba Humanika, 2010).

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui manajemen *Public Relation* MCCC Muhammadiyah
2. Untuk membangun publik trust di tengah-tengah masyarakat melalui *Public Relation* MCCC untuk menghadapi pandemic sars cov-19
3. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen *Public Relation* MCCC Muhammadiyah itu sendiri

### **D. Manfaat teoritis**

1. Memberikan wawasan manajemen *Public Relation* Memperluas khazanah keilmuan dibidang ilmu *Public Relation*, terutama dalam membangun publik trust / kepercayaan publik
2. Memberikan referensi yang akan mendatang untuk penelitian yang membidangi *Public Relation*

### **E. Manfaat praktis**

1. Penelitian ini bisa digunakan langsung oleh organisasi yang ingin membangun publik trust / kepercayaan publik
2. Sebagai bahan rujukan untuk organisasi yang ingin meningkatkan publik trust ditengah masyarakat
3. Sebagai sarana evaluasi pr untuk untuk melaksanakan kegiatan *Public Relation* lebih baik lagi