

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu layanan yang memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di Indonesia. Kebutuhan layanan transportasi umum yang semakin meningkat, tentunya harus selalu diperhatikan agar dapat memberikan layanan yang memadai dan memenuhi kebutuhan masyarakat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas transportasi. Salah satu layanan transportasi yang diminati oleh masyarakat di Indonesia saat ini yaitu moda transportasi kereta api yang memiliki tarif relatif murah dan cepat.

Menurut data dari *databoks*, jumlah penumpang kereta api di Indonesia pada Maret 2022 mencapai 19,44 juta orang. Hal tersebut menunjukkan adanya kenaikan pengguna kereta sebesar 48,76% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai 13,07 juta orang (Databoks, 2022).

Gambar 1. 1 Data Jumlah Penumpang Kereta Api 2022



Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id>, diakses pada 30 Agustus 2022)

Dalam perkembangannya, layanan kereta api menjadi solusi permasalahan transportasi saat ini. Meningkatnya jumlah penumpang tentunya harus diimbangi dengan adanya perbaikan dan penambahan fasilitas-fasilitas yang memadai agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dan semakin dipercaya oleh masyarakat. Salah satu fasilitas yang perlu diperhatikan yaitu stasiun kereta api. Menurut Warpani (dalam Rizki et al., 2015), stasiun kereta api merupakan tempat berkumpulnya penumpang dan barang yang akan menggunakan moda transportasi kereta api. Stasiun memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran sistem transportasi kereta api, sehingga menjadi salah satu sarana penting bagi setiap daerah yang dilalui jalur kereta api.

Direktorat Jenderal Perkeretaapian merupakan unsur pelaksana pada Kementerian Perhubungan Republik Indonesia yang memiliki peran sebagai regulator penyelenggaraan transportasi perkeretaapian di Indonesia. Selain itu, Direktorat Jenderal Perkeretaapian memiliki tugas dan fungsi, antara lain merumuskan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang Perkeretaapian, pembinaan dan pengawasan, serta pelaksanaan pembangunan prasarana Perkeretaapian. Dalam menjalankan tugasnya, Direktorat Jenderal Perkeretaapian terdiri dari beberapa unit kerja, salah satunya yaitu bagian Humas. Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian memiliki peran penting dalam menjalin hubungan dengan publik dan antar lembaga, serta keterbukaan informasi kepada publik. Pada konteks pengelolaan informasi dan komunikasi kepada publik, Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian memiliki beberapa media, seperti Instagram (@ditjenperkeretaapian), website resmi Direktorat Jenderal Perkeretaapian (djka.dephub.go.id) dan Twitter (@perkeretaapian) (Djka.dephub.go.id, 2022).

Pada saat ini, Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan sedang melakukan pengembangan stasiun sentral pertama dan terbesar di Indonesia. Stasiun sentral merupakan stasiun terpusat yang melayani perjalanan kereta komuter, kereta jarak jauh dan kereta bandara. Pengembangan stasiun sentral pertama ini diproyeksikan akan menjadi kawasan baru bagi aktivitas masyarakat di wilayah aglomerasi Jabodetabek. Pengembangan ini akan dilakukan di Stasiun Manggarai Jakarta Selatan. Stasiun Manggarai merupakan stasiun kereta api kelas besar yang memiliki lokasi strategis dan menjadi stasiun terbesar di DKI Jakarta. Pengembangan

Stasiun Sentral Manggarai ini dilaksanakan sejak 2017, dan sudah melalui beberapa tahapan sebelum menjadi stasiun sentral pada tahun 2025 (Djka.dephub.go.id, 2022).

Gambar 1. 2 Data Jumlah Penumpang Kereta Api 2022

STASIUN SENTRAL MANGGARAI



Sumber: (<https://www.jawapos.com>, diakses pada 30 Agustus 2022)

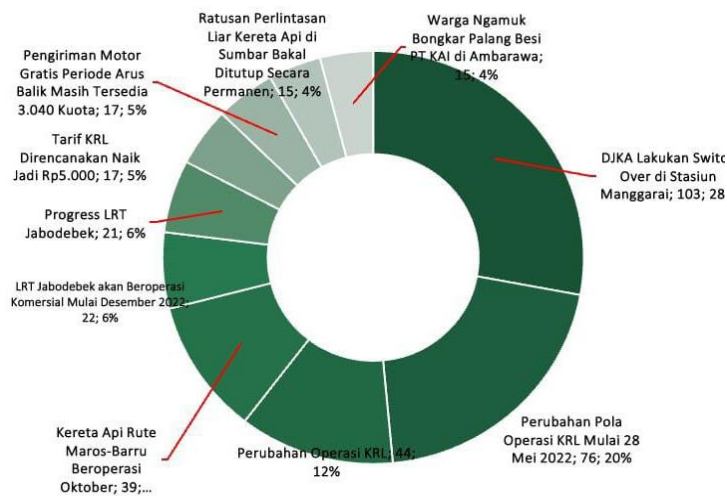
Pengembangan fasilitas transportasi umum tentunya akan berdampak pada terganggunya aktivitas pengguna layanan transportasi dan mobilitas masyarakat sekitar. Hal tersebut juga terjadi pada pengembangan Stasiun Sentral Manggarai yang telah memasuki tahap *switch over 5*. *Switch over* merupakan pengembangan pada pengalihan sistem persinyalan dan pengoperasional kereta api untuk meningkatkan layanan kereta api (Medcom.id, 2022). Pada periode Mei-Juni 2022, muncul isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai yang beredar di media massa dan media sosial, serta memunculkan tanggapan-tanggapan dari pengguna kereta atau pengunjung Stasiun Manggarai.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat ini memudahkan seseorang untuk berinteraksi dengan siapapun, dimanapun dan kapanpun tanpa mengenal tempat dan waktu. Beragam informasi yang disampaikan oleh media massa dan media sosial juga dapat diterima dengan mudah dan cepat oleh masyarakat. Menurut Bungin dalam Habibie (2018), media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh siapa saja, serta memiliki makna sebagai alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lainnya. Media massa menyampaikan informasi dalam bentuk tulisan, suara, maupun gambar dengan menggunakan media cetak, elektronik, dan saluran lainnya yang tersedia. Sedangkan, menurut Nasrullah dalam Setiadi (2020) media sosial adalah media di internet yang penggunanya dapat mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, dan berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara online.

Gambar 1. 3 Data Statistik Isu Direktorat Jenderal Perkeretaapian Periode

Bulan Mei 2022

ISU UTAMA DITJEN KA



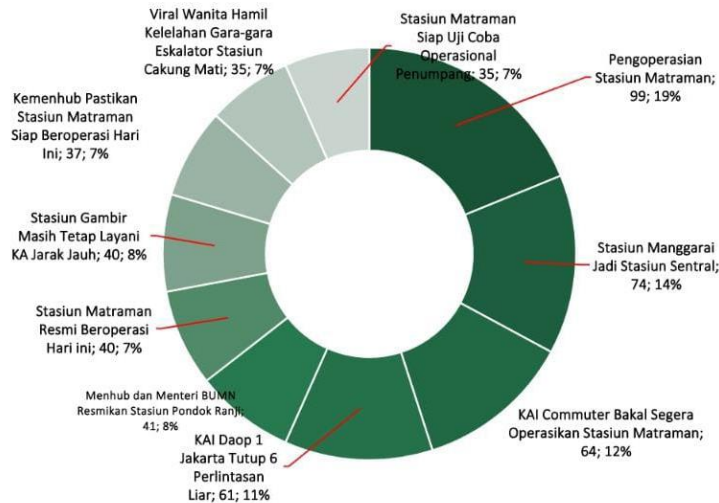
Sumber: Dokumen Direktorat Jenderal Perkeretaapian Periode Bulan Mei 2022

Berdasarkan gambar 1.3, data pada periode bulan Mei dan bulan Juni 2022 menunjukkan pemberitaan di media massa mengenai isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai mulai naik dan menjadi isu utama yang terjadi di Direktorat Jenderal Perkeretaapian. Pada bulan Mei, isu mengenai pengembangan Stasiun Sentral Manggarai pada tahap *Switch Over* atau perubahan jalur kereta mulai naik dengan pemberitaan mencapai 103 berita dengan persentase 28%.

Gambar 1. 4 Data Statistik Isu Direktorat Jenderal Perkeretaapian Periode

Bulan Juni 2022

ISU UTAMA DITJEN KA



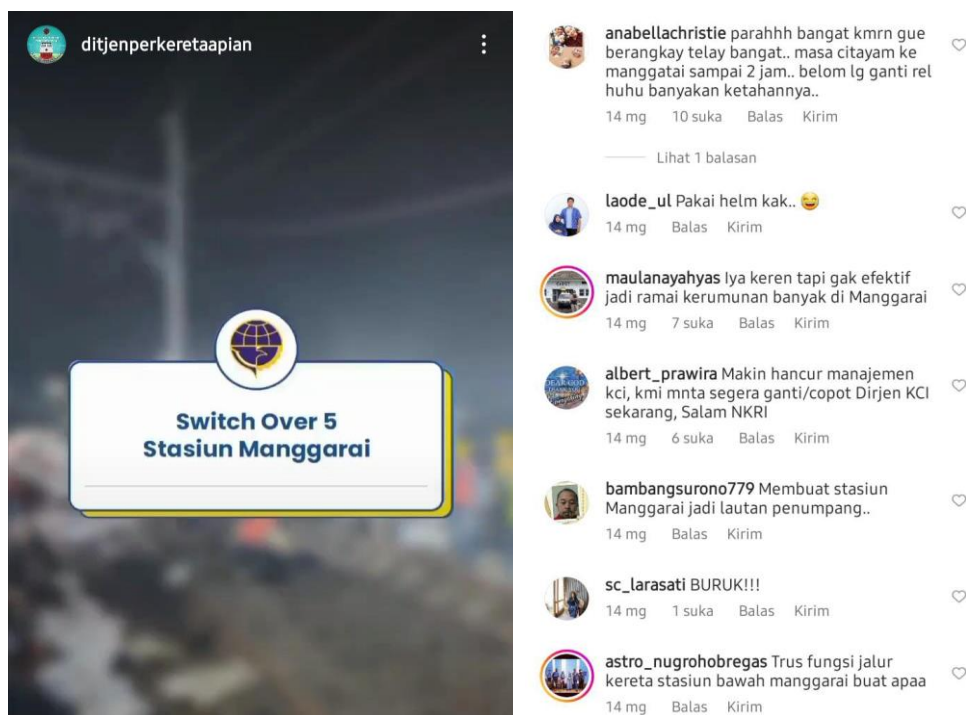
Sumber: Dokumen Direktorat Jenderal Perkeretaapian Periode Bulan Juni 2022

Sedangkan pada bulan Juni, isu pengembangan Stasiun Manggarai jadi Stasiun Sentral menjadi isu kedua dengan pemberitaan sebanyak 74 berita dengan persentase mencapai 14%. Naiknya pemberitaan isu ini tidak lepas dari pengembangan Stasiun Sentral Manggarai yang sedang berlangsung. Situasi ini tentunya menjadi perhatian dari pengguna layanan kereta api dan masyarakat sekitar Stasiun Manggarai.

Stasiun Manggarai yang sedang dilakukan pengembangan menjadi stasiun sentral ini justru mengakibatkan penumpukan penumpang kereta yang menjadi isu di tengah masyarakat. Penumpukan ini terjadi akibat adanya perubahan jalur kereta yang menyebabkan penumpang kebingungan saat transit dan naik kereta di Stasiun Manggarai. Selain itu, infrastruktur yang kurang memadai juga menjadi permasalahan

yang menjadi isu pada pengembangan Stasiun Sentral Manggarai. Permasalahan tersebut diakibatkan oleh tidak berfungsinya fasilitas lift dan eskalator yang seharusnya dapat digunakan oleh penumpang, sehingga menyebabkan kepadatan tangga pejalan kaki di Stasiun Manggarai.

Gambar 1. 5 Isu media sosial Instagram



Sumber: (<https://instagram.com/ditjenperkeretaapian>, diakses pada 30 Agustus 2022)

Isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai juga muncul di media sosial Instagram @ditjenperkeretaapian. Pada gambar 1.5, memperlihatkan banyak pengguna media sosial yang memberikan tanggapan yang tidak sejalan dengan pengembangan Stasiun Sentral Manggarai pada postingan Instagram @ditjenperkeretaapian. Hal itu menunjukkan adanya isu yang muncul sebagai bentuk kesenjangan dan perbedaan

antara harapan publik dengan kebijakan atau pengembangan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Perkeretaapian pada prasarana transportasi publik. Isu yang muncul di media sosial Instagram tersebut terkait dengan isu perubahan jalur kereta di Stasiun Manggarai yang mengakibatkan penumpukan penumpang kereta.

Gambar 1. 6 Isu media sosial Twitter



Sumber: (<https://twitter.com/perkeretaapian>, diakses pada 30 Agustus 2022)

Selain muncul di media sosial Instagram, isu mengenai pengembangan Stasiun Sentral Manggarai juga muncul di media sosial Twitter. Pada gambar 1.6, memperlihatkan tanggapan pengguna Twitter yang tidak sejalan dengan kebijakan dan memunculkan isu pada salah satu postingan akun Twitter @perkeretaapian. Isu yang muncul di Twitter ini mengenai isu sarana dan prasarana di luar Stasiun Manggarai yang kurang memadai, dan isu fasilitas yang tidak berfungsi di Stasiun Manggarai. Hal ini menunjukkan adanya perhatian masyarakat pada isu utama pengembangan Stasiun

Sentral Manggarai yang terbagi pada isu peralihan sistem persinyalan ke 5, isu fasilitas yang tidak berfungsi, dan isu masalah sarana dan prasarana di luar Stasiun Manggarai yang kurang memadai.

Sebagai instansi pemerintah, tentunya harus memperhatikan dinamika-dinamika lingkungan sosial yang terjadi. Isu-isu yang muncul dan berpotensi terjadi tidak luput dari perhatian instansi atau perusahaan. Pengelolaan isu publik oleh Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian menjadi hal penting dalam menjaga hubungan dengan publik dan citra Kementerian Perhubungan. Humas disuatu instansi juga memiliki peran penting dalam menanggapi dan mengelola isu publik yang sedang berkembang, terutama pada zaman teknologi digital yang memudahkan masyarakat mendapatkan dan merespon informasi melalui media online.

Public relations suatu instansi atau perusahaan mempunyai tugas untuk mengidentifikasi dan menangani isu yang muncul. Hal ini menjadikan *public relations* harus mampu menyampaikan informasi dan isu-isu terbaru kepada pihak instansi atau perusahaan. Selain itu, *public relations* juga memiliki peran penting dalam menghadapi opini-opini yang muncul di masyarakat. Menurut Cultip, Center, Broom dalam Butterick (2018), *public relations* merupakan salah satu fungsi manajemen dalam mengidentifikasi, membangun, mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya. Hal ini tentu menjadikan *public relations* sangat diharapkan dan dibutuhkan oleh instansi atau perusahaan dalam mengelola isu,

menginformasikan kebijakan, dan menyampaikan kinerja pemerintah kepada masyarakat.

Isu yang dialami oleh Direktorat Jenderal Perkeretaapian mengenai isu pada pengembangan Stasiun Sentral Manggarai menunjukkan bahwa terjadi gap atau perbedaan antara harapan publik dengan kepentingan dan kebijakan yang sedang diberlakukan oleh Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan. Apabila isu yang terjadi tidak dapat ditangani dengan baik, akan berdampak pada munculnya suatu konflik yang meluas, selain itu juga dapat mengancam keberlangsungan kebijakan atau program yang sedang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Perkeretaapian. Isu yang sedang berkembang ini juga dapat mengancam reputasi Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan. Sehingga, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepada Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian mengenai upaya manajemen isu yang dilakukan oleh Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian dalam menangani isu Stasiun Sentral Manggarai.

Berdasarkan penemuan peneliti, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian lain. Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan dan menambah wawasan penulis dalam menyusun penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan peneliti, yaitu:

Penelitian pertama, dilakukan oleh Agung Wicaksana Aritonang jurusan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (2019). Penelitian ini berjudul “Strategi Manajemen Isu Humas Perguruan Tinggi dalam Menghadapi Isu

Negatif (Studi Deskriptif Manajemen Humas Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan dalam Menghadapi Isu Negatif)”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi manajemen isu yang optimal untuk menangani isu negatif yang menyerang perguruan tinggi. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori model Register dan Larkin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kedua universitas memiliki cara yang berbeda dalam melakukan manajemen isu. Perbedaan ini dapat dilihat dari cara manajemen isu yang dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dalam mengidentifikasi isu, Universitas Gadjah Mada menggunakan cara monitoring yang dilakukan secara menyeluruh pada publik eksternal hingga publik internal melalui media cetak maupun media sosial. Sedangkan, humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga hanya menggunakan media cetak dalam mengidentifikasi isu. Hal ini tentunya menyebabkan adanya perbedaan pada kecepatan reaksi dalam menghadapi isu yang berkembang. Cara yang dilakukan humas Universitas Gadjah Mada menjadi cara yang dikatakan paling optimal dalam menghadapi isu negatif. Sedangkan, humas Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dalam menghadapi isu yang berkembang lebih berperan defensif dan menunggu adanya isu negatif menyerang (Aritonang, 2019).

Penelitian kedua, dilakukan oleh Ahmad Mujadid Rizky Wardana jurusan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.

Penelitian ini berjudul “Manajemen Isu *Public Relations* dalam Menanggapi Isu Publik (Studi Kasus Pada Manajemen Isu Humas Pemda DIY dalam Menanggapi Isu Publik Terkait Dengan Vaksinasi Covid-19). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mengevaluasi strategi manajemen isu Humas Pemda DIY dalam menangani isu tersebut. Teori yang digunakan pada penelitian yaitu teori siklus kehidupan isu model Michael Regester & July Larkin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen isu yang dilakukan Humas Pemda DIY bersifat reaktif. Hal ini karena Humas Pemda DIY mempunyai sistem kinerja pemerintahan dan menilai langkah manajemen isu yang dilakukan sudah tepat untuk menangani isu vaksinasi Covid-19. Selain itu, penelitian ini juga mendalami proses manajemen isu yang dilakukan oleh Humas Pemda DIY yang mengacu pada teori, terdiri dari lima langkah yakni identifikasi isu, analisis isu, pembuatan strategi dan program, pelaksanaan program, dan evaluasi (Wardana, 2021).

Penelitian ketiga, dilakukan oleh Kiki Kustiawati jurusan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Jakarta. Penelitian ini berjudul “Strategi Manajemen Isu *Public Relations* (Studi Mengenai Isu Kontaminasi Higienitas Menu Pada Pizza Hut Indonesia)”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menyelesaikan permasalahan yang telah terjadi agar tidak berkembang dan menjadi krisis yang berakibat buruk terhadap Pizza Hut. Teori yang digunakan oleh penelitian ini yaitu teori siklus kehidupan isu yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini

menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil pada penelitian ini menemukan bahwa dalam mengelola isu kontaminasi higienitas menu, *public relations* Pizza Hut menggunakan perencanaan dan beberapa tahapan – tahapan sehingga isu kontaminasi higienitas menu dapat terselesaikan. Pihak Pizza Hut sebaiknya lebih mengedepankan higienitas yang tinggi dan mengedepankan *quality control* (Kustiawati, 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada beberapa hal seperti aktivitas manajemen isu yang dilakukan oleh Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian setelah adanya isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai yang berkembang. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu penelitian ini menggunakan teori Chase & Jones yang berfokus pada manajemen isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai. Penelitian ini dilakukan di Direktorat Jenderal Perkeretaapian selaku regulator penyelenggaraan transportasi perkeretaapian di Indonesia. Selain itu, Peneliti akan melakukan penelitian pada isu pengembangan stasiun sentral pertama yang ada di Indonesia.

Isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai menjadi isu utama yang terjadi pada Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan pada periode Mei-September 2022. Hal ini tentunya diperlukan manajemen isu yang baik dalam menanggapi isu yang sedang berkembang agar tidak menjadi sebuah krisis. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Manajemen isu *public relations* Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan (Studi

Kasus Manajemen Isu Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam Menangani Isu Pengembangan Stasiun Sentral Manggarai Periode Mei-September 2022)''

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana Manajemen Isu Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam Menangani Isu Pengembangan Stasiun Sentral Manggarai Periode Mei-September 2022?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana manajemen isu humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam menangani isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai periode Mei-September 2022.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan tambahan ilmu dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang *public relations*.
- b. Sebagai hasil penelitian yang dapat memperkaya kajian ilmu-ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan manajemen isu.
- c. Dapat berguna sebagai bahan referensi dan acuan ilmiah pada penelitian selanjutnya, khususnya pada kajian manajemen isu *public relations*.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa ilmu komunikasi, khususnya kajian dalam bidang manajemen isu di pemerintahan atau organisasi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan yang positif bagi Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam melakukan manajemen isu terkait program atau kebijakan yang di berlakukan.

E. Kajian Teori

1. Isu

a) Definisi Isu

Pada suatu instansi atau perusahaan yang sukses tentu tidak lepas dari perhatiannya terhadap dinamika sosial, politik, ekonomi dan lingkungan sosial

dalam menjalankan aktivitasnya. Setiap instansi dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari, tentunya dapat memunculkan isu-isu yang berpotensi mengancam reputasi. Menurut Harrison (2008) (dalam Nurjanah, 2020:7), menjelaskan bahwa isu sebagai berbagai perkembangan, biasanya terjadi di dalam arena publik, yang jika berlanjut dapat secara signifikan memengaruhi operasional dan kepentingan jangka panjang sebuah instansi. Menurut Regester & Larkin (dalam Firsanova, 2014:158), isu adalah “*a gap between corporate practice and stakeholder expectations*”. Sedangkan, menurut *The Issue Management Council*, jika terjadi gap atau perbedaan antara harapan publik dengan kebijakan, operasional, produk atau komitmen suatu organisasi terhadap publiknya, maka disitulah muncul isu (Galloway & Kwansah-Aidoo, 2005; Regester & Larkin, 2008) (dalam Kriyantono, 2012:152).

Dari beberapa definisi yang dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa isu merupakan situasi yang terjadi antara organisasi dengan publiknya dengan adanya perbedaan antara harapan publik dengan kebijakan atau pengembangan yang diberlakukan. Suatu organisasi yang tidak dapat menangani isu dengan baik, akan menjadi titik awal munculnya krisis bagi organisasi tersebut yang akan mempengaruhi operasional organisasi. Isu dapat meliputi perubahan, masalah, situasi, peristiwa, atau kebijakan yang sedang dilakukan dan berlangsung di kehidupan masyarakat. Mengelola isu menjadi hal penting bagi

suatu instansi agar tidak mempengaruhi operasional dan kepentingan instansi, serta dapat mendukung keberlanjutan aktivitas instansi.

b) Jenis Isu

Pada saat ini, manajemen isu menjadi hal yang sangat penting bagi praktisi *public relations*. Menurut Gaunt and Ollenburger (1995) (dalam Kriyantono, 2015:156), isu berdasarkan sumbernya dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

- 1) Isu internal, merupakan isu yang bersumber dari internal instansi atau perusahaan. Isu jenis ini biasanya hanya diketahui oleh pihak manajemen dan anggota instansi atau organisasi lainnya, seperti penurunan kepuasan kerja, diskriminasi kerja, isu keuangan atau kesejahteraan.
- 2) Isu eksternal, merupakan isu yang berkembang diluar instansi atau perusahaan yang berpengaruh langsung atau tidak langsung pada aktivitas organisasi, seperti isu lingkungan hidup, sistem ekonomi, dan regulasi pemerintah.

Menurut Harrison (2008) (dalam Kriyantono, 2012:158) , jenis isu terbagi menjadi dua aspek. Aspek pertama merupakan aspek jenis isu berdasarkan dampaknya yang terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) *Defensive issues* merupakan isu yang cenderung dapat memunculkan sebuah ancaman bagi perusahaan atau organisasi, sehingga suatu organisasi harus dapat mempertahankan diri agar tidak merusak reputasinya.
- 2) *Offensive issue* merupakan isu yang dapat meningkatkan reputasi atau citra suatu perusahaan. Oleh karena itu, isu mempunyai peran strategis dalam perubahan bagi perusahaan atau organisasi.

Sedangkan, aspek yang kedua yaitu aspek jenis isu berdasarkan keluasan isu yang terdapat empat jenis isu, yaitu:

- 1) Isu universal

Isu universal merupakan isu yang mempengaruhi banyak orang secara langsung, dan bersifat umum, serta berpotensi mempengaruhi secara personal. Isu ini biasanya berkembang dari percakapan mulut ke mulut yang memiliki sifat lebih *imminent*.

- 2) Isu advokasi

Isu advokasi merupakan isu yang tidak mempengaruhi banyak orang, atau kebalikan dari isu universal. Isu ini muncul akibat disebarkan oleh kelompok tertentu yang mengaku representasi kepentingan publik.

- 3) Isu selektif

Isu selektif merupakan isu yang mempengaruhi kelompok tertentu. Isu ini bisa mempengaruhi banyak orang, namun hanya kelompok tertentu saja yang secara langsung terpengaruh dan memperhatikan isu ini.

4) Isu praktis

Isu praktis merupakan isu yang hanya berkembang di antara para pakar, seperti isu mengenai pelarangan gambar produk rokok pada sebuah iklan rokok, yang dimana isu tersebut hanya melibatkan pihak-pihak terkait, seperti produsen, biro iklan, dan akademisi.

c) Tahapan isu

Sangat penting bagi praktisi *public relations* untuk memahami tahap perkembangan isu. Menurut Hainsworsth dan Meng (dalam Nova, 2014) terdapat empat tahapan isu yang dapat digambarkan sebagai siklus, yaitu:

1) Tahap *Origin (potential stage)*

Pada tahap ini, isu yang muncul pada suatu organisasi memiliki pengaruh yang dapat mengubah aktivitas organisasi dan menjadi bentuk konsekuensi dari adanya perkembangan dan perubahan yang terjadi di tengah masyarakat. Perkembangan dan perubahan ini yang harus dilakukan identifikasi oleh Humas suatu organisasi agar dapat menganalisis masalah atau dampak yang muncul, serta memerlukan respon dari institusi atau organisasi.

Isu yang mulai menguat pada suatu organisasi memiliki konsekuensi kepada organisasi lain. Hal ini dapat diartikan bahwa isu potensial menjadi hal penting pada suatu kelompok yang terlibat. Selain itu, fase kesadaran juga dipetakan pada tahap 1 dari siklus *potential stage* (Regeester et al., 2003:99). Fase kesadaran harus dimiliki oleh Humas suatu instansi atau organisasi dalam menangani isu. Kesadaran dan perhatian yang dilakukan pada suatu kelompok menjadikan keputusan dalam melakukan tindakan. Pengelompokan isu juga menjadi hal penting yang dapat membantu Humas organisasi untuk menentukan strategi atau program yang akan dilakukan untuk merespon isu tersebut.

2) Tahap *Mediation* dan *Amplification* (*imminent stage/emerging*)

Pada tahap ini, isu berkembang karena isu-isu tersebut telah mempunyai dukungan publik, yaitu terdapat kelompok-kelompok yang saling mendukung dan memberikan perhatian pada isu-isu tersebut. Situasi pada tahap ini sesuai dengan makna mediasi yaitu orang-orang atau kelompok yang mempunyai pandangan yang sama saling bertukar pikiran, sehingga membuat isu semakin meluas (amplifikasi). Pada tahap ini, media juga mulai memberitakan isu-isu yang beredar dan menyebabkan isu berkembang menjadi sebuah isu publik yang penyelesaiannya membutuhkan opini publik.

Pada tahap ini, juga menjadi tahap yang baik bagi Humas suatu organisasi untuk proaktif dalam menentukan langkah yang dilakukan oleh organisasi untuk perkembangan isu yang berpotensi terjadi. Namun, isu-isu yang bermunculan sering diabaikan oleh instansi atau organisasi. Hal ini diperlukan adanya pengalaman dalam melakukan riset untuk mengetahui apakah isu berkembang atau tidak. Cara yang dapat dilakukan yaitu menarik perhatian media sebagai alat untuk mempercepat perkembangan isu. Dalam upaya mengatasi hal tersebut, Humas suatu organisasi dapat melakukan media monitoring secara rutin untuk memastikan perkembangan pada isu yang muncul dan merencanakan cara untuk mengelola isu tersebut.

3) Tahap *Organization (current stage and critical stage)*

Pada tahap *organization*, publik sudah mulai mengorganisasikan diri dan membentuk jaringan-jaringan. Pada tahap *current stage*, isu berkembang menjadi lebih populer dan menyebabkan dampak yang serius karena media massa memberitakannya isu tersebut secara berulang kali dengan eskalasi yang tinggi dan ditambah interaksi di media sosial dan jaringan. Sedangkan, tahap *critical stage* terjadi bila publik mulai terbagi menjadi dua kelompok, pada pihak setuju atau mendukung dan menentang. Pada situasi ini, media massa memiliki peran penting karena kemampuannya dalam diseminasi pesan dan pembentukan opini.

4) Tahap *Resolution (dormant stage)*

Pada tahap ini, organisasi dapat mengatasi isu dengan baik yang setidaknya publik akan merasa puas dengan pertanyaan-pertanyaan yang dapat terjawab, pemberitaan media mulai menurun, perhatian masyarakat menurun. Tahap ini bisa tercapai salah satunya karena berjalannya waktu, adanya solusi dari organisasi atau pemerintah, sehingga isu tersebut diasumsikan telah berakhir.

2. Manajemen Isu

a) Definisi Manajemen Isu

Manajemen isu dilakukan sebagai bentuk untuk mengantisipasi terjadinya krisis dan tetap harus dilakukan pada saat krisis sedang berlangsung di suatu instansi atau perusahaan. Menurut Coates, Jarrat, dan Heinz Gaunt & Ollenburger (dalam Kriyantono, 2012:162) manajemen isu adalah aktivitas di organisasi (pada suatu organisasi) untuk mengidentifikasi munculnya kecenderungan-kecenderungan pada situasi atau isu –isu yang mungkin diprediksi dapat mempengaruhi aktivitas organisasi dalam beberapa tahun kedepan, termasuk dalam jangka pendek dan membangun strategi organisasi untuk meresponnya.

The Public Affairs Council of America dalam Kriyantono (2015:), mendefinisikan manajemen isu sebagai proses yang dilakukan organisasi dalam

mengidentifikasi dan mengevaluasi isu-isu sosial dan isu-isu pemerintahan yang dapat mempengaruhi organisasi secara signifikan. Isu tersebut kemudian dijadikan sebagai prioritas oleh organisasi untuk direspon dengan baik (Tymson, Lazar, & Lazar, 2004:391).

Manajemen isu dan manajemen krisis merupakan dua hal yang berbeda tapi saling berhubungan. Manajemen isu dilakukan sebagai upaya untuk mengantisipasi krisis dan tetap dilakukan ketika sudah terjadi krisis. Menurut Gaunt & Ollenburger (1995) dan Register & Larkin (2008) (dalam Kriyantono, 2015:164), bahwa organisasi dituntut untuk lebih aktif dalam melakukan identifikasi isu yang hasilnya bermanfaat untuk:

- 1) Menentukan strategi untuk merespon isu sebelum isu berkembang menjadi krisis yang akan berdampak besar bagi organisasi.
- 2) Mencari peluang untuk reposisi organisasi dan produk, artinya organisasi mencari isu-isu apa yang menjadikan peluang pasar mengalami peningkatan penjualan dan reputasi.

Pada penerapan manajemen isu, suatu organisasi harus dapat berkomitmen pada publik dengan menganggap publik sebagai mitra yang dapat dilakukan melalui komunikasi dua arah yang bertujuan untuk mengidentifikasi isu atau gap yang sedang terjadi antara kedua belah pihak agar mendapat solusinya.

b) Tahapan Manajemen Isu

Menurut Cutlip (dalam Prayudi, 2016:43), terdapat dua poin penting yang menjadi inti dari manajemen isu, yaitu (1) identifikasi awal isu-isu yang memiliki dampak potensial bagi perkembangan perusahaan, dan (2) respon stratejik yang dirancang untuk mengurangi atau memperbesar dampak dari isu yang muncul. Hal ini dapat dicontohkan pada konteks opini publik, manajemen isu “berupaya mengidentifikasi perubahan dalam opini publik sehingga perusahaan dapat merespon perubahan sebelum berkembang menjadi konflik” (Murphy dalam Cutlip et al., 2000:17). .

Praktik model proses manajemen isu pertama kali muncul dicetuskan oleh Chase & Jones pada tahun 1977. Menurut Chase & Jones (dalam Kriyantono, 2015:165), terdapat lima tahap manajemen isu yang bersifat universal, karena telah menjadi standar internasional dan menjadi formula bagi para akademisi, yaitu:

1.) Identifikasi isu (*issues identification*)

Public relations harus mengenal terlebih dahulu isu-isu yang dapat mempengaruhi organisasinya. Proses identifikasi isu ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

- a) Polling opini, *public relations* dapat menggunakan cara ini dengan membuat daftar pertanyaan untuk disebarakan ke publik dengan memanfaatkan media sosial, *newsletter*, dan dikirim via pos.
- b) Mengadakan FGD dengan para pemuka pendapat (*opinion leader*).
- c) Melakukan media monitoring pemberitaan di media, kegiatan mengkliping, atau merekam pemberitaan media.
- d) Menyediakan kontak opini untuk menampung opini publik internal untuk menyampaikan aspirasinya dan terjamin kerahasiaan penulisnya.
- e) Secara aktif melakukan “*manajemen by walking around*”, dengan mengunjungi dan mengobrol dengan kelompok publik untuk menampung aspirasi.
- f) Melakukan monitoring dan menjalin relasi di dunia maya atau internet melalui berbagai fitur, seperti blog, facebook, twitter, dan media sosial lainnya. Strategi-strategi monitoring isu diatas merupakan proses yang berkesinambungan atau berkelanjutan dalam operasional organisasi dan akan semakin meningkat frekuensinya jika organisasi dalam situasi krisis.

2.) Evaluasi dan analisis isu (*issue analysis*)

Tahap ini dilakukan untuk menganalisis penyebab isu yang dampaknya dapat mempengaruhi aktivitas organisasi. Tujuan tahap ini adalah mengetahui

isu yang terjadi, apa penyebabnya, dan sumber isu. Pada proses analisis ini diperkuat dengan riset yang bertujuan untuk mengidentifikasi opini para pemuka pendapat atau figur-figur yang berpengaruh di masyarakat mengenai isu yang terjadi. *Public relations* dapat membuat kategori isu berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya yaitu mengelompokkan isu berdasarkan kelompok-kelompok publik yang kemungkinan berpengaruh pada isu tersebut, berdasarkan penyebabnya atau berdasarkan akibat yang terjadi. Hambatan pada tahap ini adalah menentukan apakah suatu isu harus diberi perhatian lebih atau tidak. *Public relations* dapat menggunakan kriteria seberapa besar dampak yang diakibatkan dan seberapa besar jumlah publik yang terlibat atau mempengaruhi. Pengelompokkan isu-isu pada manajemen isu juga dikemukakan oleh Lesly (1992 : 24) dalam Yosol (2004), menjelaskan bahwa pengelompokan karakterisasi pada titik fokus isu dengan melakukan evaluasi isu yang dilihat dari dampak, daya ganggu, kematangan, pengungkit dan lainnya.

3.) Merumuskan program dan strategi alternatif terhadap perubahan isu (*action planning stage*).

Pada tahap ini, institusi atau perusahaan merencanakan aksi atau tindakan. Respons diartikan sebagai pencerminan posisi institusi terhadap isu, artinya program dan strategi tersebut digunakan untuk mempresentasikan tujuan-tujuan dan opini organisasi terhadap isu, serta memengaruhi publik

terhadap isu tersebut. Tahap ini disebut sebagai strategi pilihan untuk mengubah isu (*issues change strategy options*). Artinya, organisasi menentukan sikapnya untuk merespons isu agar menguntungkan bagi kemajuan instansi. Menurut Regester & Larkin (dalam Kriyantono, 2015:167), terdapat tiga strategi pada tahap ini, yaitu:

a. Adaptive change strategy adalah strategi terbuka terhadap perubahan, mengantisipasi perubahan dan menawarkan dialog konstruktif untuk menggapai kompromi dan akomodasi.

b. Reactive change strategy adalah strategi berdasarkan ketidakinginan organisasi untuk berubah dengan tetap menekankan pada perilaku sebelumnya. Menurut strategi ini, kebijakan organisasi selama ini sudah efektif dalam menghadapi isu yang berkembang.

c. Dynamic response strategy adalah strategi mengantisipasi dan berusaha membentuk arah pembuatan kebijakan publik dengan menentukan bagaimana kampanye terhadap isu dilaksanakan. Strategi ini menjadikan organisasi pemimpin menuju perubahan.

4.) Pelaksanaan program (*issue action program*)

Mengintegrasikan semua komponen organisasi untuk melaksanakan program-program pada poin 3 di atas. Upaya ini biasa dikenal sebagai program komunikasi terintegrasi, dimana strategi komunikasi *public relations*

melibatkan, dan berkonsistensi dengan strategi departemen lainnya, seperti *marketing*, keuangan atau pun *human resources*.

Sedangkan, tahap pelaksanaan program menurut Chase & Jones (dalam Nurjanah, 2020:81) menjelaskan bahwa pada tahap ini instansi atau organisasi melaksanakan program-program yang telah direncanakan untuk merespons isu. Pelaksanaan program ini sebagai upaya meminimalkan gap antara harapan publik dengan instansi atau organisasi. Pada pelaksanaan program ini, suatu instansi atau perusahaan harus menunjukkan dalam aksi nyata bahwa instansi telah mengubah sikap. Misalnya dalam merancang program strategis telah didasarkan oleh kebutuhan publik yang tercermin dari isu-isu yang berkembang. Tahap pelaksanaan program ini termasuk dalam tindakan mengkomunikasikan pelaksanaan program kepada publik.

5.) Mengevaluasi program

Pada tahap ini diperlukan untuk mengukur apakah upaya yang dilakukan untuk merespons isu berjalan dengan baik. Metode yang digunakan pada tahap ini sama dengan riset yang dilakukan pada tahapan pertama di atas. Hal ini dikarenakan proses *public relations* adalah proses yang berkesinambungan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu objek untuk memberikan gambaran tentang suatu fenomena atau keadaan yang terjadi. Fenomena pada penelitian kualitatif memiliki sifat *holistic* atau menyeluruh (Jaya, 2020:111). Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Ambarwati, 2022:19) mendefinisikan penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskripsi yang berupa ucapan, tulisan, dan perilaku manusia yang diamati. Definisi tersebut menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menitikberatkan pada jenis data deskriptif. Sedangkan, menurut Moleong (dalam Ambarwati, 2022:20) penelitian kualitatif dimaknai sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami peristiwa atau kejadian yang dialami oleh subjek penelitian.

Dalam Penelitian ini menggunakan metode penelitian *case study research* (studi kasus). Studi kasus merupakan jenis penelitian mendalam dari suatu sistem yang terikat berdasarkan pengumpulan data yang luas (Fitrah & Luthfiyah, 2017:208). Menurut Merriam (dalam Nuriman, 2021:25), studi kasus merupakan analisis yang dilakukan secara intensif pada individu atau komunitas yang menekankan pada faktor pengembangan yang berkaitan dengan

lingkungan. Studi kasus salah satu metode penelitian yang dilakukan secara terperinci terhadap kasus yang terjadi pada individu, kelompok, komunitas atau instansi.

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran fenomena yang terjadi di Stasiun Manggarai selama periode Mei-September 2022. Pada periode tersebut, Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan tengah melakukan pengembangan Stasiun Manggarai menjadi stasiun sentral pertama di Indonesia yang mulai dibangun sejak tahun 2017. Pengembangan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan ini memunculkan isu mengenai Stasiun Sentral Manggarai yang menjadi sorotan di masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga akan memaparkan manajemen isu yang dilakukan oleh Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam mengelola isu tersebut.

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan karena dalam penelitian ini memfokuskan pada aktivitas Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian dalam manajemen isu yang dilakukan untuk menanggapi isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai.

3. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di area kerja Kementerian Perhubungan bagian Direktorat Jenderal Perkeretaapian (DJKA) khususnya pada bidang Humas yang menangani masalah tersebut. Kantor Kementerian Perhubungan berada di Jalan Medan Merdeka Barat Jl. Abdul Muis No.8, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu bagian dari instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk menentukan berhasil atau tidak suatu penelitian (Bungin, 2001:129). Sedangkan menurut Moh Nazir, pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian (Nazir, 2011). Data penelitian digunakan untuk menguji rumusan masalah yang sudah ditetapkan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik dalam melakukan pengumpulan data, antara lain:

a.) Wawancara

Wawancara menjadi salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Menurut Moleong (dalam Mamik, 2015), wawancara merupakan kegiatan percakapan yang memiliki tujuan tertentu dengan melibatkan kedua belah pihak yaitu pewawancara dan yang

diwawancarai. Sedangkan, menurut Nazir (2011:193) wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil melakukan tatap muka antara pewawancara dengan responden menggunakan alat yang dinamakan *interview guide*. Selain itu, wawancara juga dapat dikatakan sebagai percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan responden yang dilakukan dengan bertanya secara langsung mengenai objek yang diteliti dan sudah direncanakan sebelumnya (Yusuf, 2014:372).

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara yang bertujuan agar peneliti memperoleh data atau informasi yang mendalam dan lengkap terkait dengan aktivitas manajemen isu Direktorat Jenderal Perkeretaapian dalam menangani isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai. Dalam melakukan wawancara, peneliti memilih informan dengan menggunakan teknik *key informan* yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono dalam Mamik (2015:53), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini, informan wawancara ditentukan berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu dan memiliki hubungan dengan pelaksanaan aktivitas manajemen isu Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian, sehingga data yang diperoleh relevan dengan substansi utama penelitian yaitu manajemen isu Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam menangani isu

pengembangan Stasiun Sentral Manggarai. Kriteria dari Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian yang dibutuhkan peneliti, yaitu:

- a. Sebagai pegawai tetap Humas Pusat Direktorat Jenderal Perkeretaapian,
- b. Sebagai orang atau pegawai Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian yang terlibat dalam penanganan isu Stasiun Sentral Manggarai,
- c. Memiliki tanggung jawab dan berkontribusi dalam penanganan isu,
- d. Dapat berargumentasi dengan baik mengenai penanganan isu Stasiun Sentral Manggarai.

Adapun informan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1) Kepala Sub Bagian Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian

Ibu Dian Anggraeni sebagai Kasubag Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian dalam melakukan manajemen isu terkait dengan isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai.

2) Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian

Dalam hal ini akan melakukan wawancara kepada Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian selaku pelaksana kegiatan Humas dalam melakukan manajemen isu terkait dengan pengembangan Stasiun Sentral Manggarai. Adapun Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian yang akan menjadi informan wawancara, yaitu:

a) Pengkaji Berita dan Monitoring

Jamal Misbah sebagai pengkaji dan monitoring berita yang bertanggung jawab melakukan pengkajian berita dan mengkoordinasikan pelaksanaan monitoring yang berkaitan dengan penanganan isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai.

b) Penyusun Bahan Informasi dan Penerangan

Pradistya Hayu Purbosini sebagai penyusun bahan informasi dan penerangan yang bertanggung jawab dalam pengumpulan data, informasi, dan upaya pemecahan masalah yang berkaitan dengan penanganan isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai.

c) Pengelola Informasi dan Komunikasi

Mirna Nurviani sebagai pengelola informasi dan komunikasi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi melalui media sosial, media massa, dan keterbukaan informasi publik Direktorat Jenderal Perkeretaapian.

Sedangkan, kriteria dari informan pengguna kereta atau pengunjung stasiun Manggarai yang dibutuhkan peneliti, yaitu:

- a. Pengguna kereta atau pengunjung stasiun yang merasakan dampak dari masalah yang muncul,
- b. Menggunakan kereta atau beraktivitas di Stasiun Manggarai,
- c. Dapat berargumentasi dengan baik.

b.) Dokumen

Dokumen merupakan sebuah catatan mengenai suatu peristiwa atau fenomena yang telah terjadi. Catatan tersebut dapat berupa tulisan, gambar, dan karya seseorang (Jaya, 2020:157). Menurut Satori and Komariah (dalam Anggito & Setiawan, 2018:145), dokumen merupakan catatan suatu kejadian yang sudah lampau dalam bentuk tulisan, lisan, dan bentuk karya. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dokumen untuk mengumpulkan dan mempelajari data-data yang diperoleh baik dilapangan maupun data-data dari hasil telaah buku, jurnal, dan artikel penelitian sebelumnya. Hal ini akan meningkatkan kredibilitas penelitian karena data-data melalui dokumen berisikan sejumlah besar fakta dan peristiwa yang telah terjadi. Dokumen pada penelitian ini adalah dokumen yang berkaitan dengan manajemen isu Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam menangani isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai.

G. Teknik Analisis Data

Setelah mendapatkan dan mengamati data penelitian, peneliti selanjutnya akan melakukan analisis data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah (Siyoto & Sodik, 2015). Peneliti akan melakukan analisis data kualitatif dengan

menggunakan tiga tahap menurut Miles dan Huberman (Emzir, 2014:129), yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data dilakukan melalui proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data yang diperoleh dari hasil penelitian atau catatan-catatan di lapangan. Reduksi data bukan menjadi sesuatu yang dapat dipisahkan dari analisis dan akan berkelanjutan selama penelitian. Selama proses pengumpulan data berproses, terdapat beberapa langkah selanjutnya dari reduksi data yaitu membuat rangkuman, pengodean, pembuatan tema, pembuatan gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, dan menulis memo. Selain itu, reduksi data atau pentransformasian proses akan terus menerus sampai laporan akhir penelitian lengkap. Reduksi data menjadi suatu bentuk analisis yang dapat mempertajam, memilih, memokuskan, dan menyusun data menggunakan suatu cara yang menghasilkan kesimpulan akhir yang dapat digambarkan dan diverifikasikan pada laporan penelitian.

b. Model data (*Data display*)

Langkah kedua yang dilakukan dari analisis data model Miles dan Huberman yaitu model data. Model data yang baik akan menjadi

salah satu hal penting untuk mendapatkan analisis kualitatif yang valid. Pada penelitian kualitatif, bentuk yang paling sering digunakan dari model data kualitatif yaitu teks naratif. Model data juga dapat mencakup beberapa jenis bagan, grafik, gambar, dan jaringan kerja. Oleh karena itu, semua dirancang agar informasi dan data tersusun dalam suatu bentuk yang dapat diakses secara langsung dan praktis. Maka peneliti dapat menggambarkan dan menyusun kesimpulan dengan baik.

c. Penarikan/Verifikasi kesimpulan

Langkah ketiga dari analisis data ini yaitu penarikan dan verifikasi kesimpulan. Penarikan kesimpulan tidak selalu dilakukan sampai pengumpulan data selesai. Hal ini tergantung pada catatan lapangan, pengkodean, metode yang digunakan, dan pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian. Selain itu, pada penarikan kesimpulan juga harus dilakukan verifikasi dan validasi sebagaimana peneliti memproses, agar data terpercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Melalui tahap-tahap analisis data model Miles dan Huberman ini, peneliti akan melakukan penelitian mengenai manajemen isu Humas Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan dalam menangani isu pengembangan Stasiun Sentral Manggarai.

H. Uji keabsahan data

Keabsahan data pada penelitian ini diuji menggunakan triangulasi data. Pada penelitian kualitatif, triangulasi data digunakan untuk meningkatkan akurasi data pada sebuah studi. Triangulasi merupakan uji kredibilitas yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber data pada waktu yang telah dilakukan (Jaya, 2020). Pada penelitian ini menggunakan teknik 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 dalam Moleong, 2018:330). Berdasarkan hal tersebut, peneliti dapat melakukan uji triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumentasi yang berkaitan.

