

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada bulan Juni 2016 terdapat kasus vaksin palsu yang menimbulkan keresahan di masyarakat. Berdasarkan hasil penyelidikan Badan Reserse Kriminal Polri (Bareskrim Polri) telah ditemukan 14 rumah sakit yang dinyatakan terdapat vaksin palsu. (Kementerian Kesehatan RI, 2016)

Vaksin atau imunisasi menjadi perbincangan bahkan menjadi trending topic di Indonesia. Kementerian Kesehatan mendapatkan isu bahwa vaksin yang digunakan untuk imunisasi anak terdapat kandungan babi di dalamnya. Isu tersebut diawali dengan beredar foto bungkus vaksin dan berlanjut dengan adanya komunitas anti vaksin. Isu mengenai vaksin tersebut membuat para ibu khususnya menjadi resah dan juga menjadi ancaman bagi Program yang dicanangkan Kemenkes RI. (Kementerian Kesehatan RI, 2017).

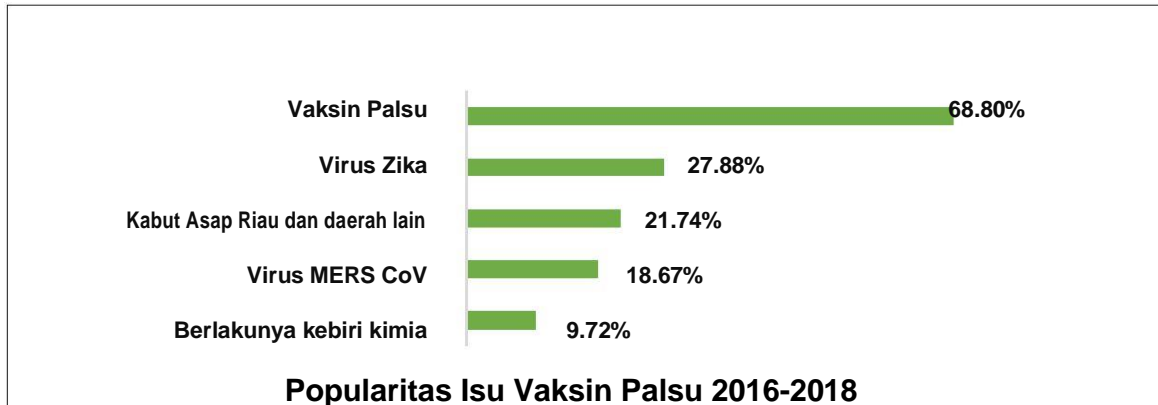
Isu vaksin palsu berkembang menjadi halal atau tidaknya vaksin yang diwajibkan untuk anak-anak Indonesia, ini muncul pada bulan Agustus-September 2017, Kemenkes RI mencanangkan program imunisasi untuk mencegah campak dan rubella (MR). Hal ini memicu kembali perdebatan pro dan kontra vaksinasi. Polemik mengenai perlu atau tidaknya vaksinasi juga banyak dibicarakan mengenai halal tidaknya serta masalah kandungan dari vaksin itu asli atau tidak.

Saat isu-isu mengenai isu halal tidaknya vaksinasi tersebut dan juga keaslian vaksin semakin bergulir, seringkali informasi yang berkembang menjadi simpang siur dan semakin susah dikendalikan, atau bahkan menjadi isu panas yang dapat mempengaruhi opini publik terhadap instansi. Jika instansi atau lembaga pemerintah tidak dapat memenuhi harapan public dan media dalam menerapkan good governance maka akan berpotensi menjadi krisis.

Menurut data di Birokom kemenkes, Vaksin palsu merupakan isu yang sempat menjadi topik utama pemberitaan tahun dari 2016-2018. Dalam menangani isu tersebut, kinerja kemenkes dinilai sudah baik oleh masyarakat. Berikut data yang diperoleh dari Kementerian Kesehatan RI :

Tabel 1.1. Popularitas Isu Vaksin Palsu 2016-2018

(Birokom Kemenkes 2018)



Krisis adalah suatu hal yang pasti pernah dialami oleh setiap instansi, perusahaan maupun perusahaan. Tidak ada satupun yang luput dari krisis, yang membedakan hanyalah pada seberapa besar krisis yang dialami dan keberhasilan dalam melewati krisis tersebut. Pengelolaan sebuah krisis merupakan faktor penting penentu terbentuknya opini masyarakat akan citra suatu instansi atau lembaga. Menurut Ahmad Fuad Afdhal (2004 :95), krisis membuat instansi dalam posisi menjadi perhatian masyarakat, sehingga mempertanyakan manajemen krisis dari instansi tersebut.

Dalam situasi krisis, peran *Public Relations* sangat diperlukan dan memiliki peranan penting dalam membantu instansi. Cutlip, Center dan Broom memberikan definisi *Public Relations* dalam fungsi manajemen secara khusus dan yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman dan penerimaan serta kerja sama antara organisasi dan publiknya. Tugas utamanya adalah membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat dengan publiknya yang memengaruhi kesuksesan ataupun kegagalan organisasi. (Soemirat & Ardianto, 2010:14) Kriyantono (2015: 221) berpendapat bahwa *Public Relations* berperan dalam proses merumuskan dan mengimplementasikan strategi mengatasi krisis. Berbagai strategi dilakukan supaya krisis tidak semakin meluas, maka diperlukan juga kepiawaian seorang *Public Relations* dalam menangani krisis melalui komunikasi yang baik. Karena menurut Kriyantono (2015:244) komunikasi yang tertutup dapat menyebabkan kesalahan persepsi dan memunculkan isu-isu yang meluas dan bersikap negative bagi instansi. Keberhasilan suatu krisis

bergantung pada kemampuan *Public Relations* dalam menangani krisis. Seorang *Public Relations* juga diharapkan dapat menyediakan informasi yang akurat dan efisien ketika menangani krisis.

Salah satu peran *Public Relations* adalah untuk menekan faktor-faktor resiko dan ketidakpastian sehingga meminimalkan krisis. Salah satu tugas *Public Relations* adalah melakukan “peramalan” terhadap krisis, idealnya manajemen komunikasi krisis harus dapat mencegah terjadinya suatu krisis. Krisis merupakan suatu hal yang dapat terjadi secara tiba-tiba datang tanpa disadari, dapat terjadi kepada siapa saja, dimana saja dan kapan saja tanpa pandang bulu. Krisis merupakan suatu hal yang berbahaya yang sifatnya dapat merusak dan juga berdampak buruk bagi instansi. Seorang *Public Relations* dituntut untuk mampu mengendalikan dampak yang dihasilkan dari krisis atau mencegah krisis.

Untuk efektivitas komunikasi, seorang *Public Relations* bertindak sebagai penghubung antara manajemen dan public untuk mengembangkan dan memelihara hubungan baik. Humas Pemerintah juga menjadi penasehat bagi pimpinan organisasi dalam proses pengambilan keputusan dan merencanakan strategi. Pemerintah dalam menjalankan fungsi sebagai pelayan masyarakat (*Public Service*) juga mengharuskan setiap instansi pemerintah memiliki kemampuan untuk mengelola komunikasi krisis, baik dari pencegahan (*Preventive*) maupun setelah terjadi (*represif*) karena berkaitan langsung dengan citra atau reputasi pemerintah. Kesalahan dalam mengelola krisis dapat menimbulkan resiko yang berdampak negative, antara lain peningkatan intensitas permasalahan, sorotan publik, dan peliputan media massa yang tidak proporsional, penurunan reputasi dan kredibilitas serta timbulnya gangguan pada pelaksanaan kegiatan lainnya.

Kemendes RI mempunyai tugas dan fungsi yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan dasar rakyat Indonesia sehingga menjadikan segala macam kebijakan dan kementerian ini mendapat sorotan besar dari media dan publik. Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019, ada enam sasaran yang menjadi tugas Kemendes yakni (1) Meningkatkan status kesehatan dan gizi ibu dan anak; (2) Meningkatkan pengendalian penyakit; (3) Meningkatkan akses dan mutu pelayanan kesehatan dasar dan rujukan terutama di

daerah terpencil, tertinggal dan perbatasan; (4) Meningkatkan cakupan pelayanan kesehatan universal melalui kartu Indonesia sehat dan kualitas pengelolaan jaminan kesehatan (5) Terpenuhinya kebutuhan tenaga kesehatan, obat dan vaksin; (6) Meningkatkan respisivitas system kesehatan. Semuanya ini dipastikan menjadi krisis jika dalam pencapaiannya tidak sesuai dengan harapan masyarakat. (Kementerian Kesehatan RI, 2017).

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan akurat di dalam bidang kesehatan menjadikan Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat sebagai barisan terdepan Kementerian Kesehatan RI dalam menjawab kebutuhan komunikasi dan pelayanan masyarakat semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Untuk itu perlu dibuat Manajemen komunikasi krisis untuk mengelola krisis vaksin palsu yang terjadi supaya masyarakat dapat mengetahui apa yang sebenarnya terjadi, dan juga Birokom dapat memberikan informasi dengan cepat dan tepat kepada masyarakat mengenai kebenaran dan langkah selanjutnya untuk mengatasi krisis vaksin palsu tersebut.

Pemerintah Perlu Manajemen Krisis Tangani Vaksin Palsu

Kompas.com - 20/07/2016, 22:34 WIB



Anggota DPD RI Fahira Idris. (Kompas.com/Akhdi Martin Pratama)

JAKARTA, KOMPAS.com - Pemerintah perlu segera menerapkan manajemen krisis untuk menangani kasus vaksin palsu terutama dalam hal penyampaian informasi ke publik. Hal tersebut penting dilakukan agar persoalan vaksin palsu tidak menimbulkan kebingungan di masyarakat.

Sejak peredaran vaksin palsu diungkap Bareksrim Polri pada Juni 2016, pemerintah telah membentuk Satgas Vaksin Palsu. Penyelidikan juga terus menemui kemajuan. Namun, banyak orang tua yang anaknya terindikasi terkena vaksin palsu masih banyak yang bingung harus berbuat apa.

"Saya mau ingatkan, kalau pola komunikasi pemerintah soal vaksin palsu seperti ini terus, saya khawatir persoalan ini bisa jadi krisis. Makanya

Gambar 1.1

Pentingnya Manajemen Komunikasi Pengelolaan Krisis Kasus Vaksin Palsu

(Sumber: www.nasional.kompas.com, diakses 10/08/2018 pkl. 19.05 WIB)

Kementerian Kesehatan RI merupakan institusi yang rentan diterpa krisis karena berhubungan dengan kebutuhan dasar masyarakat yang tidak hanya luas, tetapi kompleks, lintas sektor, dan sering kali membutuhkan koordinasi dengan instansi lain untuk menyelesaikannya. Dalam perjalanan kasusnya berbagai potensi krisis yang kecil maupun besar juga beberapa kali menghampiri Kementerian Kesehatan Masyarakat misalnya, Penanganan wabah flu burung (2006), Pekan Kondom Nasional (2013), Kasus korupsi alat kesehatan (2014), Penanganan Kabut Asap (2015), dan peredaran vaksin palsu yang mencuat di media pada Juli 2016. Berawal dari keluhan masyarakat mengenai kondisi kesehatan anaknya paska diberi vaksin yang kemudian ditindaklanjuti polisi dan berujung pada temuan sejumlah lokasi pembuatan vaksin palsu. Dari temuan ini, vaksin palsu menjadi isu nasional, mendapat ulasan luas di media massa, menghiiasi lini massa media sosial sampai dikomentari oleh Presiden. (Oscar, 2017:1)

Biro Komunikasi dan pelayanan masyarakat sebagai garda terdepan dalam membangun dan menjaga citra dan reputasi Kementerian Kesehatan RI membuat Manajemen Komunikasi Krisis. Dengan adanya manajemen komunikasi krisis diharapkan dapat mengubah paradigma dalam memandang krisis dari yang sebelumnya dianggap musibah menjadi sebuah *Turning point* atau titik balik yang membuat permasalahan menjadi lebih baik dan meneguhkan citra dan reputasi Kemenkes RI yang didalamnya terdapat strategi khusus yang dapat merespon, menghadapi dan menangani krisis dengan cepat dan tepat. Melihat tanggapnya pihak Biro Komnunikasi Kemenkes RI dalam menangani krisis dan membuat krisis yang terjadi tidak berlangsung lama dan segera ditangani, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti perihal bagaimana Birokom Kemenkes RU mengelola krisis vaksin palsu ini, sehingga peneliti mengambil judul “Manajemen Komunikasi Krisis di Kementerian Kesehatan RI” (Studi Deskriptif Biro Komunikasi Kementerian Kesehatan RI Dalam Menangani Isu Vaksin Palsu).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka fokus penelitian ini adalah mengenai Manajemen Komunikasi Krisis yang dilakukan oleh Birokom Kementerian Kesehatan RI dalam menangani isu vaksin palsu.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian, maka pertanyaan yang ingin dijawab oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya yang dilakukan Birokom Kemenkes RI dalam menangani krisis?
2. Bagaimana strategi manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh Birokom Kemenkes RI?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memperkaya kajian ilmu komunikasi melalui penelitian pada bidang *Public Relations* dalam ranah pemerintahan dalam menangani krisis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan mahasiswa mampu mengetahui langkah-langkah yang seharusnya dilakukan jika terjadi krisis dalam instansi atau organisasi

2. Bagi Pemerintah atau Instansi

Diharapkan dapat menjadi masukan dan juga referensi atau rujukan agar dapat digunakan untuk menangani krisis yang terjadi pada pemerintahan maupun instansi lainnya.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan Biro Komunikasi Kemenkes RI dalam menangani krisis (Isu vaksin palsu)
2. Untuk mengetahui strategi manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh Birokom Kemenkes RI.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada mengetahui bagaimana manajemen komunikasi krisis yang dimiliki, dirancang dan digunakan oleh Kementerian Kesehatan RI dalam menangani pemberitaan oleh media mengenai isu vaksin palsu. Kemudian penelitian ini ditujukan untuk mengetahui langkah-langkah yang diambil oleh Birokom Kemenkes RI dalam menangani isu vaksin palsu.

