

KOMUNIKASI KRISIS HUMAS KEMENTERIAN AGAMA DALAM MENGKLARIFIKASI PEMBERITAAN CNNINDONESIA.COM DAN DETIK.COM UNTUK MENJAGA REPUTASI LEMBAGA

Sri Lestari Nengsih¹⁾, Yuliandre Darwis, Ph.D²⁾

Kementerian Agama Kabupaten Dharmasraya Propinsi Sumatera Barat, E-mail: sriseptazaidan@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas, Email: yuliandre.darwis@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

KEYWORDS:

Komunikasi Krisis, Humas, Reputasi

CORRESPONDENCE

Phone: +62-813-6381-6606

E-mail: sriseptazaidan@gmail.com

A B S T R A C T

This study summarizes the government's public relations activities carried out by the Ministry of Religion Public Relations at the time of reporting on the statement of the Minister of Religion on February 23, 2022. The activities carried out by public relations are then analyzed using crisis communication theory by utilizing digital platforms. The use of digital platforms such as social media can benefit the Ministry of Religion's PR to communicate in times of crisis because it is transparent, involves the public, and is more interactive. This journal aims to provide comprehensive information on the use of digital platforms by the ministry of religion in times of crisis by clarifying the framing of news framing online media cnnindonesia and detik.com

INTRODUCTION

Kementerian Agama Republik Indonesia adalah Kementerian yang di beri kewenangan oleh Pemerintah Republik Indonesia untuk mengelola urusan semua agama di Indonesia yaitu, Agama Islam, Budha, Hindu, Kristen Katholik, Kristen Protestan serta Konghucu sehingga Kementerian Agama memiliki Direktorat Jenderal yang mengelola masing-masing agama. Untuk mengatur segala sesuatu tentang aturan keagamaan kementerian agama mengeluarkan peraturan-peraturan agar masyarakat pemeluk agama tertentu memiliki batasan dalam memeluk agama mereka agar tercipta keharmonisan antar umat beragama. Pada tanggal 18 Februari 2022 Menteri Agama mengeluarkan Surat Edaran Nomor 05 tahun 2022 tentang Pedoman Penggunaan Pengeras Suara Masjid dan Mushala yang berisikan ketentuan yang perlu diperhatikan agar tidak mengganggu pemeluk agama lain seperti jenis pengeras suara, volume pengeras suara serta

waktu yang digunakan untuk melakukan pengeras suara.

Pada Tanggal 23 Februari Menteri Agama Yaquut Cholil Qoumas menjelaskan sebuah ilustrasi dalam kegiatan bertajuk Temu Tokoh Agama se-Provinsi Riau di Balai Serindit, Komplek Gubernur Riau bahwa Menteri agama mengandaikan jika setiap warga yang berada di sebuah kompleks perumahan memiliki anjing dan menggonggong secara bersamaan, maka warga yang lain akan terganggu dengan gonggongan anjing tersebut sehingga pernyataan ini menuai kontra versi di masyarakat seakan-akan Menteri Agama membandingkan suara azan dengan suara gonggongan anjing seperti penulis kutip di portal berita *cnnindonesia.com* dan *detik.com*.

Dengan salah mengartikan pernyataan Manteri Agama ini membuat masyarakat tidak senang dengan Menteri agama secara tidak langsung serta tidak senang dengan lembaga kementerian

agama apalagi masyarakat yang beragama islam akibat pemberitaan ini maka kementerian agama mengalami krisis yang datang secara tiba-tiba tentunya mempengaruhi reputasi kementerian agama.

Kementerian Agama Republik Indonesia harus menangani krisis ini dengan cepat, jika tidak cepat ditangani maka pemberitaan yang salah ini akan menjadi informasi yang liar berkembang di masyarakat sehingga citra dan reputasi kementerian agama yang sudah baik menjadi tidak baik dikarenakan framing pemberitaan terkait pernyataan Menteri Agama tersebut. Komunikasi yang dilakukan kementerian agama pada saat terjadi krisis akan mempengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap pemberitaan dan salah mengartikan pernyataan Menteri agama. Salah satu strateginya adalah dengan melakukan komunikasi melalui media sosial dan platform digital lainnya. Apalagi sumber krisis ini berasal dari pemberitaan di media sosial. Komunikasi melalui klarifikasi di media sosial tentu akan cepat menjawab kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh publik.

Instansi pemerintah dari negara lain termasuk Indonesia memanfaatkan media sosial dalam memberikan informasi seperti Penelitian *Yananingtyas dan Irwansyah* (2020) menyatakan bahwa microblogging menjadi salah satu media yang efektif untuk memberikan informasi kepada warga Jakarta, dan citra positif dapat dijaga melalui komunikasi antara pemerintah dan masyarakat melalui akun microblogging. selain efektif dari segi pesan komunikasi, penggunaan media cyber juga hemat dari segi biaya dan anggaran kegiatan (*Darma & Suyanto, 2020*). Sejalan dengan pemikiran *Emeraldy dan Damenda* (2017), munculnya internet atau media online sebagai wujud dari media baru menjadi tekanan yang harus dihadapi pejabat humas pemerintah, karena masyarakat tidak hanya memiliki peran sebagai konsumen media, tetapi juga aktif terlibat dalam penyampaian pesan, kritik, hujatan, bahkan fitnah terhadap lembaga maupun aparat pemerintah, melihat fenomena perkembangan teknologi dan informasi semakin tidak bisa dihindarkan, maka Kementerian Agama Republik Indonesia melalui humasnya

perlu menggunakan strategi komunikasi serta pemilihan saluran media yang tepat untuk mengatasi terjadinya krisis.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis ingin mengetahui “Bagaimana Humas Kementerian Agama Republik Indonesia mengatasi komunikasi krisis terkait pemberitaan *cnnindonesia.com* dan *detik.com* bahwa Menteri Agama membandingkan suara azan dengan gonggongan anjing, Dengan demikian penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi krisis Humas Kementerian Agama Republik Indonesia dalam mengklarifikasi pemberitaan *cnnindonesia.com* dan *detik.com* terkait pernyataan Menteri Agama.

METHOD

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang merupakan suatu strategi penelitian dengan menjabarkan keseluruhan aspek terhadap individu, suatu kelompok atau pun organisasi (komunitas) suatu program dan suatu situasi sosial tertentu (*Mulyana, 2006*).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu studi dokumentasi dan studi kepustakaan, studi dokumentasi dengan tujuan mengamati dan mengumpulkan informasi-informasi yang terdapat dalam tayangan serta klarifikasi atas pemberitaan terkait pernyataan menteri agama yang memiliki makna tertentu dalam rangka membangun suatu kenyataan, maka data primer penelitian didapatkan dari informasi-informasi tersebut, sedangkan untuk mencari dan mengumpulkan referensi yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari studi kepustakaan.

Analisis data kualitatif pada penelitian ini merupakan usaha yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, mengorganisasikan data, mengklasifikasikannya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diformasikan kepada orang lain (*Moleong, 2013*).

RESULTS AND DISCUSSION

Komunikasi antar manusia yang terjadi dalam konteks organisasi pemerintahan disebut juga dengan komunikasi pemerintahan dan merupakan bagian dari komunikasi organisasi (Silalahi, 2004). Menurut Bary Fardan S, Asrinaldi dan Jendrius (2020) komunikasi pemerintahan pada hakekatnya merupakan proses penyebaran dan pertukaran informasi di dalam dan dengan luar organisasi, melalui komunikasi pemerintahan, aparatur pemerintah sebagai komunikasi berbagi informasi, gagasan atau perasaan, dan sikap dengan internal organisasi dan dunia usaha, masyarakat sedangkan organisasi-organisasi non-pemerintah untuk eksternal organisasi maupun sebaliknya.

Komunikasi pemerintahan terdiri dari komunikasi internal dengan aparatur pemerintahan dan komunikasi eksternal dengan publik atau masyarakat. Komunikasi eksternal pemerintah sering dilakukan dengan memberikan informasi kepada publik. Oleh karena itu, komunikasi pemerintahan terkadang disebut juga dengan aktivitas informasi publik. Pemerintah juga menerima informasi umpan balik dari masyarakat berupa opini publik. Opini publik ini terkadang dapat memunculkan krisis bagi pemerintahan.

Komunikasi publik harus intens dilakukan oleh pemerintah pada saat terjadinya krisis, baik itu krisis yang disebabkan manusia, maupun karena bencana alam. Fadhal (2020) menyatakan terdapat lima ciri terjadinya krisis: (1) Adanya kerusakan properti, kecelakaan, kehilangan nyawa, kehidupan dan kehancuran reputasi; (2) Melibatkan banyak orang dalam jumlah yang besar; (3) Dapat diidentifikasi awal dan akhirnya; (4) Krisis seringkali muncul tiba-tiba; (5) Mendapatkan liputan media dan perhatian publik yang luas. Jika melihat dari kriteria ini, kasus viralnya pemberitaan terhadap pernyataan Menteri agama sudah termasuk kedalam kategori krisis. Terkait hal ini peran humas kementerian agama sangat penting dalam manajemen krisis yang terjadi.

Coombs dalam Aziz & Wicaksono (2020) membagi krisis menjadi tiga tahapan, yaitu pre krisis, krisis, dan post krisis.

1. Pre Krisis

Dalam fase pre krisis, hal yang harus dilakukan adalah meminimalisir terjadinya resiko krisis melalui pengalihan sumber daya oleh organisasi pemerintah. Dalam hal kasus rekaman video pernyataan Menteri agama dengan mengatakan sebuah ilustrasi mengumpamakan dalam komplek perumahan setiap warga memiliki anjing yang menggonggong secara bersamaan sudah pasti warga disekitar tidak nyaman, disini tidak ada pelarangan, aturan ini dibuat semata-mata agar masyarakat harmonis, meningkatkan manfaat dan mengurangi ketidakmanfaatan,

Dari hasil pengamatan peneliti menemukan adanya fase pra krisis, sebelum terjadinya krisis yang disebabkan oleh pernyataan Menteri agama, Menteri agama sudah mengeluarkan Surat Edaran Nomor 05 tahun 2022 tentang pedoman penggunaan pengeras suara di masjid dan mushalla, sebagai usaha untuk meningkatkan ketenteraman, ketertiban dan keharmonisan antar umat beragama serta upaya mewujudkan kemaslahatan dan penyelenggaraan aktivitas ibadah di Indonesia, diharapkan Kementerian Agama di Kabupaten/Kota untuk mensosialisasikan surat edaran ini di daerah masing-masing dan aturan inipun menadapat dukungan dari PP muhammadiyah, MUI Pusat, Nahdlatul Ulama dan ulama lainnya, namun yang menjadi isu yang tiba-tiba langsung mejadi sebuah krisis yaitu adanya pernyataan Menteri agama pada tanggal 23 Februari 2022 di Pekanbaru.

Menurut penulis, Menteri Agama tidak menyadari perkataannya bisa menimbulkan polemik di masyarakat terutama umat islam meskipun tujuannya baik agar tercipta keharmonisan antar pemeluk agama, namun dengan mencontohkan suara azan dengan binatang yang haram bagi umat islam akan menyebabkan multi tafsir, sehingga orang-orang yang memiliki kepentingan akan memanfaatkan situasi ini agar situasi keruh dan masyarakat diprovokasi untuk menolak pernyataan menteri agama bahkan ada yang ingin melaporkan menteri agama kekepolisian dengan dugaan menistakan agama.

Oleh karena itu, sebagai publik figur yang menjadi pusat perhatian bagi masyarakat

sebaiknya harus berhati-hati berbicara di depan publik, semestinya pikirkan dulu apa yang akan kita sampaikan meskipun maksud dan niat kita baik namun salah ucap atau salah kata dapat menimbulkan polemik di tengah-tengah masyarakat, menurut Menteri agama itu hal biasa namun justru inilah yang menjadi awal terjadinya krisis di lembaga Kementerian Agama Kabupaten Dharmasraya.

2. Krisis

Fase ini merupakan fase yang sangat penting, karena pada tahap ini dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat agar segala tindakan dan komunikasi yang disampaikan oleh lembaga dapat berpengaruh terhadap reputasi dan masa depan lembaga. Eriksson dalam *Hendarsin & Putri (2021)*, menyampaikan bahwa komunikasi krisis melalui media sosial dapat efektif jika melakukan hal-hal berikut. *Pertama*, dengan memilih pesan, sumber, dan waktu yang tepat untuk mengkomunikasikan krisis melalui media sosial, pemilihan pesan seperti permintaan maaf, penolakan, atau pembenaran, sumber dengan membandingkan mana sumber yang lebih kredibel dan besar pengaruhnya, waktu seperti harus cepat, up to date, dan tepat waktu. *Kedua*, dengan memahami dan menguasai media sosial terdahulu untuk mengkomunikasikan krisis. Hal ini dibutuhkan agar organisasi pengelola krisis memiliki persiapan dan masyarakat pun sudah familiar menggunakan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi krisis. *Ketiga*, dengan menggunakan media sosial sebagai alat monitoring, atau memantau isu-isu yang beredar di masyarakat yang memiliki peluang menjadi krisis. *Keempat*, dengan memanfaatkan media sosial dan media massa yang ada.

Beberapa waktu setelah pernyataan menteri agama tanggal 24 Februari 2022 langsung ada pemberitaan media online yaitu cnnindonesia.com yang membuat framing “*Menag Yaqut bandingkan speaker masjid dengan gonggongan anjing*” yang dirilis pada tanggal yang sama. Dan juga pemberitaan di detik.com dengan framing pemberitaan “*Menag bandingkan aturan toa masjid dengan gonggongan anjing*”.

Dengan adanya pemberitaan ini akan menjadi isu panas yang terjadi ditengah masyarakat terutama bagi masyarakat yang melihat dan mengikuti pemberitaan media online, padahal ketika kita mencermati unggahan video pernyataan menteri agama bukan membandingkan azan dengan gonggongann tetapi mencontohkan betapa bisingnya suara azan ketika gonggongan anjing itu bersamaan.

Oleh karena itu, Humas Kementerian Agama harus cepat tanggap dan merespon terhadap keadaan ini sehingga krisis yang terjadi tidak menjadi informasi yang liar berkembang di masyarakat. Salah satu strateginya adalah dengan melakukan komunikasi melalui media sosial dan platform digital lainnya. Apalagi sumber krisis ini berasal dari unggahan di media sosial. Komunikasi melalui klarifikasi di media sosial tentu akan cepat menjawab kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh publik, maka tim humas yang dipimpin oleh Plt Pelaksana Tugas (Plt) Kepala Biro Humas, Data, dan Informasi *Thobib Al Asyhar* pun meminta pernyataan Menag Yaqut saat bertemu dengan tokoh agama di Pekanbaru itu jangan disalah artikan. Menteri Agama bukan membandingkan suara azan dengan suara anjing. tetapi Menteri Agama hanya mencontohkan tentang pentingnya pengaturan kebisingan pengeras suara, ini dilakukan oleh Plt Humas melalui berbagai akun sosial di Jakarta pada hari kamis tanggal 24 Februari 2022.

Penggunaan kata 'Bandingkan' pada judul berita tersebut dinilai mengabaikan prinsip-prinsip kerja jurnalistik sebagaimana antara lain tertuang dalam Kode Etik Jurnalistik (pasal 1 dan 3), Kode Etik Wartawan Indonesia, Kode Kehormatan Internasional Jurnalistik maupun Kode Berita PBB. Dampak mengabaikan prinsip kerja jurnalistik ini mengakibatkan pembaca keliru memahami sehingga memicu kegaduhan di tengah masyarakat Indonesia. Kementerian Agama menyayangkan hal ini apalagi berita atau informasi yang tak benar ini erus dimasifikasi dan diolah ulang oleh orang-orang yang memiliki kepentingan sehingga semakin mengaburkan fakta yang sebenarnya.

Oleh sebab itu, Kementerian Agama meminta agar cnnindonesia.com dan detik.com agar secepatnya memberikan klarifikasi permintaan maaf, dan

melakukan perbaikan atas berita atau informasi yang ditayangkan sebagaimana merujuk UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers. Hak Jawab ini selambat lambatnya harus ditayangkan pada hari Jumat tanggal 25 Februari 2022 pukul 18.⁰⁰ WIB.

Pada saat terjadinya krisis, tim krisis kementerian agama melalui humas melakukan klarifikasi dengan menggunakan platform media sosial kepada masyarakat dengan menggunakan akun youtube, facebook, instagram dan media sosial lainnya. Postingan pertama kali terkait klarifikasi oleh Plt.Humas kementerian agama yang diunggah pada tanggal 24 Februari 2022 dengan menyertakan link berita media online. Selanjutnya klarifikasi tertulis dari kementerian agama yang ditujukan langsung kepada cnnindonesia.com dan detik.com, menurut penulis ini adalah sebuah langkah komunikasi yang cukup tepat dilakukan dan merupakan salah satu strategi komunikasi untuk menyampaikan kebenaran informasi yang sesungguhnya, sehingga cnnindonesia.com dan detik.com menyadari perbuatannya dan meminta maaf kepada kementerian agama serta masyarakat Indonesia dan berjanji tidak akan merilis berita yang hanya mencari sensasi lagi terutama terhadap lembaga Kementerian Agama Republik Indonesia.

Berdasarkan pengamatan penulis, ini menandakan bahwa Humas Kementerian Agama Republik Indonesia cepat tanggap atas kejadian yang terjadi di lembaga mereka, ini terbukti banyaknya tanggapan dan pernyataan melalui media online baik, youtube, akun sosial, facebook, twitter,

CONCLUSIONS

Komunikasi krisis yang dilakukan oleh Humas Kementerian Agama cukup bagus ini terlihat pada banyaknya postingan terkait tanggapan dan klarifikasi terhadap salah mengartikan pernyataan menteri agama sehingga informasi yang salah artikan ini bisa diredam dan tidak meresahkan masyarakat lagi karena pihak media sudah tidak menjelekkan Kementerian Agama lagi, pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi krisis sudah dilakukan dengan optimal. Karena humas harus bisa memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasinya, selain efektif juga efisien dari segi biaya dan sebagai media harus memikirkan akibat dari pemberitaan yang dirilis sehingga berita tidak hanya terkesan untuk mencari sensasi,

instagram dan lain sebagainya untuk menyelamatkan reputasi lembaga mereka dari informasi yang tidak benar, isu yang dibesar-besarkan bahkan di belokkan kebenarannya oleh media agar masyarakat terpancing emosinya untuk menyalahkan Menteri Agama dan tidak senang dengan lembaga Kementerian Agama tanpa menela'ah makna dari pernyataan Menteri agama, karena media hanya memanfaatkan framing mereka agar berita mereka banyak yang merespon tanpa memikirkan apa akibat dari pemberitaan yang tidak benar itu.

3. Post Krisis

Tahapan yang terakhir adalah fase post krisis, pada fase ini dilakukan upaya perbaikan reputasi yang rusak akibat krisis. Meskipun krisis sudah berakhir perlu dilakukan evaluasi terhadap strategi komunikasi yang dilakukan.

Fase post krisis merupakan fase terakhir dalam menghadapi krisis, pada tahap ini dapat dilihat bagaimana Menteri Agama berkata yang bijak dan mengambil tindakan yang teliti agar masyarakat tetap aman dan terkendali, untuk evaluasi sebagai publik figur seharusnya memikirkan apa yang akan diucap didepan publik sehingga mampu menjadi tauladan bagi umat manusia di Indonesia dan diharapkan semoga kedepannya Menteri agama bisa menjaga lisannya agar kejadian ini tidak terulang lagi.

pemberitaan ini justru membuat masyarakat resah dan dapat berakibat masyarakat tidak percaya lagi dengan press relase berikutnya.

REFERENCES

- Chatra, E., & Dalmenda. (2017). Tata Kelola Humas Pemerintah Daerah, Kajian di Tiga Instansi di Sumatera Barat. *Jurnal Ranah Komunikasi*, Vol.1 No.1 Hal.43-52.
- Dunan, A. (2020). Komunikasi Pemerintah di Era Digital : Hubungan Masyarakat dan Demokrasi. *Jurnal Pekommas*, 73-82.
- Fadhal, S. (2020). *Komunkasi publik di tengah krisis: tinjauan komunikasi*

pemerintah dalam tanggap darurat pandemi Covid-19. MBridge Press.

- Fardan, B., Asrinaldi, & Jendrius. (2020). Refleksi Kritis Dalam Kehumasan : Studi tentang Penyelenggaraan Komunikasi Organisasi Biro Humas Sekretariat Daerah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ranah Komunikasi*, Vol.04 No.04 Hal.16-29.
- Hendarsin, A. M., & Putri, G. S. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah Kota Surabaya melalui media "Bangga Surabaya". *Jurnal Media Komunikasi*.
- Moleong, L. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, U. (2004). Komunikasi Pemerintahan: mengirim dan menerima informasi tugas dan informasi publik. *Jurnal Administrasi Publik*.
- Yananingtya, H. Z., & Irwansyah. (2020). Cyber Public Relations melalui Microblogging dalam menjaga Citra Pemprov DKI Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 199-212.

World Wide Web:

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220224063100-20-763230/menag-yaqut-bandingkan-aturan-sepiker-masjid-dengan-gonggongan-anjing>

<https://news.detik.com/berita/d-5955847/menag-bandingkan-aturan-toa-masjid-dengan-gonggongan-anjing>

<https://www.liputan6.com/news/read/4896126/6-hal-terkait-pernyataan-menag-yaqut-bandingkan-suara-azan-dan-gonggongan-anjing>

(n.d.). Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220225064311-20-763840/klarifikasi-kemenag-tak-ada-kata-bandingkan-azan-dengan-gonggongan>