
MANAJEMEN MEDIA RELATIONS DALAM SITUASI KRISIS: PERAN FORUM WARTAWAN DALAM MENJAGA SENTIMEN PUBLIK BUMD

Hendri Hendri¹, Dewi Anggraini^{2*}, Elsera Siemin Ciamas³, Anggia Arif⁴,

Mega Sanjaya⁵

^{1,2,3,4} Politeknik Cendana, Medan

⁵Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis, Medan

e-mail: hendrixullen@gmail.com

*dewifar.27@gmail.com

Abstract: *This study investigates the strategic management of media relations by Public Relations (PR) practitioners in Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) during operational crises, focusing specifically on the pivotal role of Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi) in shaping and sustaining public sentiment. Employing a qualitative descriptive approach grounded in Situational Crisis Communication Theory (SCCT), primary data were gathered through structured, in-depth interviews with PR executives, operational leaders, and media partners at PDAM Tirtanadi Medan. The study addresses the critical challenge of information fragmentation and public anxiety stemming from service disruptions. Findings demonstrate that PDAM Tirtanadi mitigates negative public sentiment through a multi-tiered media relations strategy: executing rapid field-data verification, establishing transparent digital communication hubs via specialized journalist forums, and leveraging local community networks alongside broadcast media. The integration of structured media partnerships with empirical, photo-documented field reporting significantly diminishes public skepticism and stabilizes organizational trust during critical service outages. The research underscores the imperative for continuous crisis communication training and real-time digital integration between field operations and PR departments in public service enterprises.*

Keywords: *Media Relations, Crisis Communication, Forum Wartawan, Public Sentiment, BUMD, SCCT*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi secara mendalam manajemen media relations yang dijalankan oleh Public Relations (PR) Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dalam situasi krisis operasional, dengan fokus utama pada peran strategis Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi) dalam mengelola dan menjaga sentimen publik. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilandasi kerangka Situational Crisis Communication Theory (SCCT), data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam terstruktur bersama praktisi PR, pimpinan unit operasional, serta jurnalis mitra di PDAM Tirtanadi Medan. Penelitian ini menyoroti tantangan utama berupa fragmentasi informasi dan keresahan publik akibat gangguan distribusi air. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PDAM Tirtanadi meredam sentimen negatif publik melalui strategi media relations bertingkat: verifikasi data teknis lapangan secara cepat, pembentukan pusat komunikasi digital yang transparan melalui forum wartawan khusus, serta pemanfaatan jejaring komunitas lokal dan media penyiaran. Integrasi antara kemitraan media yang terstruktur dan pelaporan berbasis bukti faktual di lapangan terbukti secara signifikan menekan spekulasi publik dan memulihkan kepercayaan terhadap BUMD. Studi ini menyimpulkan pentingnya pelatihan komunikasi krisis secara berkelanjutan serta integrasi data real-time antara tim operasional dan tim PR pada BUMD pelayanan publik.

Kata kunci: Media Relations, Krisis Komunikasi, Forum Wartawan, Sentimen Publik, BUMD, SCCT

PENDAHULUAN

Dalam era transparansi informasi digital, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak di bidang pelayanan publik memiliki tingkat kerentanan yang tinggi terhadap krisis reputasi. Krisis komunikasi pada BUMD umumnya dipicu oleh gangguan operasional teknis, seperti penurunan kualitas air, kebocoran pipa utama, atau pengerjaan pemeliharaan infrastruktur yang memutus distribusi layanan secara mendadak. Ketika terjadi krisis layanan, masyarakat konsumen cenderung merespons secara reaktif melalui berbagai media, yang jika tidak dikelola secara strategis akan berkembang menjadi krisis kepercayaan yang masif. Dalam konteks ini, fungsi Public Relations (PR) dituntut tidak sekadar hadir sebagai fasilitator informasi teknis, melainkan sebagai komunikator strategis dan problem solver yang mampu menstabilkan sentimen publik serta memproteksi reputasi korporasi (Pratama & Kusuma, 2023; Suci & Musi, 2026).

Krisis dalam organisasi didefinisikan sebagai peristiwa tak terduga dan kritis yang mengancam integritas operasional, persepsi pemangku kepentingan, serta keberlanjutan BUMD (Kurniawan & Rahmadi, 2024). Penanganan krisis memerlukan pertimbangan keputusan yang matang serta eksekusi komunikasi yang sistematis guna meminimalkan ketidakpastian informasi. Menurut Hidayat & Nurjanah (2023), komunikasi krisis dirancang secara khusus untuk mempertahankan citra dan legitimasi publik. Firmansyah (2022) menambahkan bahwa efektivitas komunikasi krisis sangat ditentukan oleh kemampuan PR dalam menyelaraskan pesan internal dan eksternal, di mana media massa bertindak sebagai saluran penguat (amplifier) utama dalam proses pemulihan reputasi.

Dalam membedah dinamika komunikasi krisis, kerangka Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikembangkan oleh Coombs &

Tachkova (2024) memberikan pencerahan bahwa persepsi publik terhadap krisis sangat dipengaruhi oleh tingkat atributibilitas tanggung jawab organisasi dan bagaimana organisasi merespons krisis tersebut. Menurut Lestari & Utami (2025), manajemen krisis dibagi menjadi tiga tahapan kontinum:

1. **Pre-crisis (Pra-krisis):** Meliputi pemetaan potensi krisis, pemantauan media, penyusunan rencana darurat, dan pembentukan jaringan media;
2. **Crisis response (Respon krisis):** Meliputi investigasi cepat, pengumpulan data faktual di lapangan, penerbitan klarifikasi publik, dan penanganan keluhan;
3. **Post-crisis (Pasca-krisis):** Meliputi evaluasi dampak komunikasi, pemulihan citra, dan penguatan hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan.

Di tengah pesatnya lanskap media digital, transparansi, keakuratan, dan ketepatan waktu menjadi prasyarat mutlak dalam mengendalikan sentimen publik (Rakhmaniar, 2024). Organisasi yang mengadopsi pendekatan komunikasi krisis proaktif—seperti simulasi penanganan krisis dan manajemen media terstruktur—menunjukkan tingkat keberhasilan yang jauh lebih tinggi dalam meredam kepanikan publik dibandingkan dengan organisasi yang bersikap reaktif (Ramadhan & Wibowo, 2024; Wibisono & Santoso, 2023). Pengelolaan media relations berbasis tim terkoordinasi antara divisi komunikasi, manajemen puncak, dan tim teknis operasional terbukti mampu meminimalkan bias narasi dan ketidakpastian informasi (Suryani & Setiawan, 2023).

PDAM Tirtanadi Medan sebagai BUMD penyedia air bersih utama di Sumatera Utara memiliki peran vital yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan dasar masyarakat. Gangguan teknis pada Instalasi Pengolahan Air (IPA) sering kali menimbulkan keluhan publik yang luas. Dalam situasi tersebut, munculnya berita spekulatif atau informasi yang sepotong-

sepotong di media massa dapat memperburuk sentimen publik dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Pra-observasi mengindikasikan bahwa pembentukan kelompok jurnalis mitra yang terorganisir, yaitu Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi), merupakan inovasi taktis dalam menjaga kestabilan sentimen publik. Namun, sejauh mana efektivitas hubungan media relations yang dijalankan melalui Forwadi serta integrasi kanal komunikasi digital dalam meredam krisis masih memerlukan kajian empiris secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen media relations PR PDAM Tirtanadi Medan, peran spesifik Forwadi, serta dampaknya terhadap pembentukan sentimen publik BUMD dalam situasi krisis.

METODE

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif guna menggali pemahaman holistik mengenai strategi dan pengalaman praktis manajemen media relations dalam situasi krisis (Hanif et al., 2025). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap dinamika hubungan antar-aktor, alur komunikasi inter-departemen, serta strategi pengelolaan narasi media secara terperinci (Hanif et al., 2025).

Penelitian dilaksanakan di PDAM Tirtanadi Medan, Sumatera Utara. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interviews) yang terstruktur dan fleksibel. Informan kunci dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang mencakup:

1. Kepala Sub Divisi / Tim Public Relations PDAM Tirtanadi;
2. Staf Operasional Instalasi Pengolahan Air (IPA);
3. Pengurus dan anggota Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi) yang aktif meliputi isu BUMD;
4. Perwakilan jaringan masyarakat local

(Kepala Lingkungan/Lurah).

Pedoman wawancara disusun berdasarkan indikator manajemen krisis dan hubungan media (Wijaya & Putri, 2024). Teknik analisis data merujuk pada model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Hanif et al., 2025). Untuk menjamin keabsahan dan kredibilitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan data wawancara primer terhadap data sekunder yang berasal dari siaran pers resmi, klip berita media massa, dokumentasi foto/video lapangan, serta regulasi internal terkait (Nugroho & Handayani, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Komunikasi Krisis dan Identifikasi Risiko Informasi

Hasil wawancara mendalam menunjukkan bahwa tantangan terbesar yang dihadapi oleh PR PDAM Tirtanadi saat krisis operasional terjadi adalah fragmentasi informasi dan tingginya kecepatan penyebaran rumor negatif di masyarakat. Ketika terjadi kendala pasokan air, masyarakat cenderung menuntut penjelasan seketika. Jika BUMD terlambat merespons, ruang publik akan diisi oleh narasi spekulatif yang berpotensi menurunkan kepercayaan pelanggan. Sebagaimana ditegaskan oleh informan dari tim PR, kekeliruan dalam memberikan data teknis atau menyampaikan informasi yang sepotong-sepotong dapat memperparah sentimen negatif.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, PR PDAM Tirtanadi menerapkan prosedur verifikasi data lapangan secara cepat. Sebelum memberikan pernyataan ke media massa, tim PR berkoordinasi langsung dengan pihak teknis di Instalasi Pengolahan Air (IPA) atau lokasi kerusakan infrastruktur. Pengumpulan data faktual ini dilengkapi

dengan bukti visual otentik berupa foto dan rekaman video yang menunjukkan kondisi perbaikan secara riil. Langkah ini selaras dengan konsep perbaikan reputasi dalam SCCT yang menekankan pentingnya respons yang didasari oleh bukti empiris (Coombs & Tachkova, 2024; Suci & Musi, 2026).

Peran Strategis Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi) dalam Media Relations

Temuan utama penelitian ini mengkonfirmasi bahwa Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi) berfungsi sebagai hub komunikasi utama antara BUMD dan jurnalis. Melalui wadah Forwadi, komunikasi interaktif terjalin secara sinergis baik melalui pertemuan rutin tatap muka (offline) maupun saluran jejaring digital instant messaging (online). Keberadaan Forwadi memberikan beberapa keuntungan strategis dalam manajemen krisis:

1. **Kanalisis Klarifikasi Resmi:** Pernyataan pers dan bukti dokumentasi dari tim PR dapat didistribusikan secara serentak kepada puluhan jurnalis dari berbagai media cetak, online, dan elektronik secara real-time;
2. **Deteksi Dini dan Umpan Balik (Feedback):** Jurnalis yang tergabung dalam Forwadi memberikan input langsung mengenai rumor atau isu sensitif yang sedang berkembang di tengah warga, sehingga PR dapat merumuskan konfirmasi sebelum isu berkembang menjadi krisis besar;
3. **Konstruksi Framing Berita Imbang:** Kemitraan yang mengedepankan transparansi mendorong jurnalis untuk menghasilkan pemberitaan yang objektif, berimbang, dan mengedepankan fakta teknis daripada narasi sensasional.

Kemitraan media melalui Forwadi diperluas dengan melibatkan media penyiaran nasional dan daerah seperti Waspada TV dan NET TV, serta

optimalisasi portal digital resmi perusahaan. Langkah diversifikasi media ini memperluas jangkauan penyampaian pesan resmi BUMD sehingga mampu mendominasi ruang publik dengan narasi yang konstruktif (Ginting & Harahap, 2024; Prasetyo & Saputra, 2023).

Integrasi Kanal Komunitas dan Komunikasi Internal

Selain mengandalkan media massa, manajemen krisis PDAM Tirtanadi mengintegrasikan saluran komunikasi komunitas lokal untuk meredam keresahan pelanggan di tingkat akar rumput. PR membentuk jaringan komunikasi berbasis WhatsApp Group yang melibatkan Kepala Lingkungan (Kepling) dan Lurah di area terdampak. Melalui grup ini, pengumuman mengenai durasi estimasi pemulihan layanan dan jadwal pendistribusian mobil tangki air darurat disebarkan secara presisi. Pendekatan komunikasi krisis berbasis komunitas ini terbukti sangat efektif dalam menurunkan ketegangan warga karena solusi konkret langsung dihadirkan di lapangan.

Di sisi internal, ketersambungan arus informasi antar-unit kerja dijaga melalui WhatsApp Group internal perusahaan. Setiap perkembangan pemeliharaan infrastruktur diupdate secara kontinu oleh tim teknis operasional, yang kemudian diolah oleh tim PR menjadi konten rilis yang akurat. Soliditas internal ini menjadi fondasi utama dalam menciptakan kesatuan komando komunikasi (single voice policy) sehingga tidak timbul kesimpangsiuran informasi antar-karyawan (Suryani & Setiawan, 2023).

Sintesis Alur Strategi Media Relations Berdasarkan Tahapan Krisis

Berdasarkan temuan di lapangan, implementasi strategi manajemen media relations PDAM Tirtanadi Medan beserta dampaknya terhadap pembentukan sentimen publik terbagi secara terstruktur dalam tiga tahapan krisis:

Tahap Pra-Krisis (Pre-Crisis Phase):

1. Instrumen Komunikasi: Mengintegrasikan Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi) serta grup komunikasi internal unit kerja.
2. Tindakan Taktis PR: Tim PR melakukan pemantauan isu harian secara berkelanjutan, merawat hubungan profesional dengan jurnalis mitra, serta menyiapkan instruksi kerja dan templat respons krisis darurat.
3. Dampak Sentimen Publik: Menciptakan iklim saling percaya dengan media massa serta memastikan kesiapan data teknis internal sebelum krisis mencuat.

Tahap Respons Krisis (Crisis Response Phase):

1. Instrumen Komunikasi: Memaksimalkan Forwadi, media penyiaran televisi (Waspada TV dan NET TV), serta jaringan WhatsApp Group bersama Kepala Lingkungan dan Lurah.
2. Tindakan Taktis PR: Melakukan verifikasi data dan dokumentasi visual (foto dan video) langsung dari lokasi Instalasi Pengolahan Air (IPA), mendistribusikan siaran pers secara cepat, dan mengoordinasikan pengerahan armada tangki air darurat ke pemukiman terdampak.
3. Dampak Sentimen Publik: Berhasil menekan rumor spekulatif, memberikan kepastian mengenai estimasi durasi pemulihan layanan, dan meredam ketegangan serta kepanikan di tingkat warga.

Tahap Pasca-Krisis (Post-Crisis Phase):

1. Instrumen Komunikasi: Mengoptimalkan situs web resmi perusahaan dan kanal media mitra.
2. Tindakan Taktis PR: Melaksanakan evaluasi terhadap narasi pemberitaan media, menerbitkan laporan resmi terkait penyelesaian kendala teknis, serta memberikan apresiasi atas kerja sama media mitra.
3. Dampak Sentimen Publik:

Memulihkan kepercayaan pelanggan secara bertahap dan mengokohkan citra BUMD sebagai lembaga pelayanan publik yang transparan dan bertanggung jawab.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa manajemen media relations yang terencana dan transparan merupakan instrumen terpenting dalam mengendalikan sentimen publik saat BUMD menghadapi krisis operasional. Peran Forum Wartawan Tirtanadi (Forwadi) terbukti strategis sebagai hub komunikasi yang mempercepat distribusi klarifikasi berbasis bukti faktual (foto dan video lokasi kejadian) serta meredam narasi negatif di media massa. Kombinasi antara kemitraan media yang solid, penggunaan saluran komunikasi digital komunitas (WA Group Kepling/Lurah), dan keterpaduan komunikasi internal menciptakan respons krisis yang adaptif dan terukur. Langkah-langkah ini secara signifikan berhasil memproteksi reputasi perusahaan dan mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan.

Rekomendasi strategis dari penelitian ini menekankan pentingnya BUMD untuk menyelenggarakan pelatihan komunikasi krisis secara berkala bagi tim PR dan staf operasional, mengintegrasikan sistem pelaporan data teknis berbasis digital secara real-time, serta mempertahankan pola kemitraan yang transparan dan setara dengan forum wartawan guna mengantisipasi dinamika krisis di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Coombs, W. T., & Tachkova, E. R. (2024). How emotions can enhance crisis communication: Theorizing around moral outrage. *Journal of Public Relations Research*, 36(1), 6–22.

- Firmansyah, A. (2022). Komunikasi krisis dalam era digital: Tantangan dan strategi pemulihan reputasi korporasi. *Jurnal Komunikasi Massa*, 8(2), 115–128.
- Ginting, R., & Harahap, M. I. (2024). Analisis strategi media relations dalam membina jaringan wartawan pada BUMD di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Komunikasi dan Media*, 5(1), 42–55.
- Hanif Hasan, S. M., Par, M. M., Bora, I. M. A., Afriani, I. D., ST, S., Artiani, L. E., ... & Merjani, I. A. (2025). Metode Penelitian Kualitatif. Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Hidayat, R., & Nurjanah, S. (2023). Peran public relations dalam mengelola opini publik saat krisis pelayanan publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 11(1), 78–91.
- Kurniawan, D., & Rahmadi, F. (2024). Manajemen risiko reputasi pada perusahaan daerah: Studi kualitatif strategi respons krisis. *Jurnal Manajemen Publik dan Bisnis*, 6(2), 101–114.
- Lestari, P., & Utami, R. D. (2025). Penerapan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) pada mitigasi krisis instansi pemerintah. *Jurnal Interaksi Komunikasi*, 9(1), 15–29.
- Nugroho, A., & Handayani, T. (2023). Triangulasi data kualitatif dalam riset Public Relations organisasi publik. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial*, 4(2), 201–213.
- Prasetyo, B., & Saputra, E. (2023). Penggunaan saluran digital dan media penyiaran dalam meredam sentimen negatif publik. *Jurnal Media dan Kebijakan Publik*, 7(2), 134–147.
- Pratama, A. R., & Kusuma, H. (2023). Peran komunikator publik dalam menjaga stabilitas citra BUMD sektor energi dan air bersih. *Jurnal Analisis Sosial*, 12(1), 50–63.
- Rakhmaniar, A. (2024). Komunikasi krisis dalam organisasi: Analisis naratif tentang pengelolaan konflik internal. *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 2(2), 45–58.
- Ramadhan, M. F., & Wibowo, A. (2024). Strategi proaktif versus reaktif dalam penanganan krisis media sosial instansi pemerintah. *Jurnal Tata Kelola Komunikasi*, 3(1), 89–102.
- Suci, F. N., & Musi, S. (2026). Strategi komunikasi krisis PT KAI dalam menangani kasus Tumbler Tuku: Analisis menggunakan Situational Crisis Communication Theory (SCCT). *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 353–367.
- Suryani, L., & Setiawan, I. (2023). Efektivitas komunikasi internal dan eksternal berbasis tim dalam menangani isu krisis operasional. *Jurnal Komunikasi Organisasi*, 10(3), 210–224.
- Wibisono, S., & Santoso, G. (2023). Manajemen relasi media dan keterbukaan informasi pada instansi daerah. *Jurnal Komunikasi dan Informasi Publik*, 6(1), 33–47.
- Wijaya, K., & Putri, A. N. (2024). Konstruksi instrumen wawancara riset media relations pada krisis korporasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 15(1), 67–80.
- Yearsiana, N., et al. (2024). Analisis strategi komunikasi krisis dalam menjaga reputasi lembaga publik. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 102