



Strategi Pembentukan Opini Dinas Penerangan TNI Angkatan Udara Dalam Menangkal Pemberitaan Negatif Di Media Sosial

*(Strategy For Establishing Opinions Of The Air Force
Information Services In Committing Negative News
In Social Media)*

Ary Kisworo^{1*}, Deasy Silvy Sari², Eka Tarigan³, Pujo Widodo⁴, Arifuddin Uksan⁵

^{1,2,3} Program Studi Magister Terapan Strategi Operasi Udara, Seskoau, Indonesia

E-mail: arykiz2005@gmail.com

^{1,4,5} Program Studi Strategi Pertahanan Udara, Unhan RI, Indonesia

Abstract— *Penelitian ini dilatarbelakangi perkembangan penyebaran informasi khususnya di media sosial yang menjadi tantangan bagi bidang kehumasan dalam mengelola citra dan nama baik lembaga. Di lingkungan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI AU), hal ini dilaksanakan oleh Dinas Penerangan TNI AU (Dispenau). Adanya pemberitaan negatif mengenai TNI AU menyebabkan Dispenau harus menyusun strategi untuk membangun opini publik dengan cepat dan tepat, sehingga opini publik dapat berubah dengan cepat dari negatif menjadi positif dengan cara pengelolaan media sosial yang tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi yang dilakukan Dispenau dalam menangkali pemberitaan negatif yang ada di media sosial sehingga terbentuk opini yang diharapkan dapat meningkatkan citra TNI AU. Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan deksriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara, observasi dan studi kepustakaan dan dokumen. Berdasarkan penelitian, penulis mengajukan saran yaitu: Dispenau sebaiknya tetap mempertahankan hubungan baik dengan media massa agar dapat menciptakan opini publik yang baik mengenai TNI AU. Dispenau juga harus mendorong personel TNI AU untuk aktif menggunakan media sosial guna menyebarkan citra positif TNI AU. Selain itu Dispenau harus terus memperbaiki strategi yang sudah dilakukan. Saran terakhir agar Dispenau dapat mendorong Disminpersau dalam hal ini Subdisdiajurit untuk memprioritaskan rekrutmen di jenjang perwira karir, bintang atau tamtama yang mempunyai latar belakang Pendidikan yang berhubungan dengan jurnalistik, desain grafis, konten creator atau video editing sehingga masalah mengenai sumber daya manusia di lingkungan Dispenau dapat teratasi.*

Keywords— Dispenau, Media Sosial, Pemberitaan Negatif, Opini Publik, Citra

Abstrak— *This research is motivated by the development of information dissemination, especially in social media, which is a challenge for the public relations field in managing the image and good name of an institution. The Indonesian Air Force (TNI AU) is carried out by the Indonesian Air Force Information Service (Dispenau). The existence of negative news about the Indonesian Air Force causes Dispenau to develop a strategy to build public opinion quickly and accurately so that public opinion can change quickly from negative to positive with the right way of managing social media. The purpose of this study is to analyze the strategy used by Dispenau in countering negative news on social media so that an opinion can be formed, which is expected to improve the image of the Indonesian Air Force. The method used is qualitative with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out by questionnaires, interviews, observations, literature reviews, and document studies. Based on the research, the authors propose suggestions: Dispenau should maintain good relations with the mass media to create good public opinion about the Indonesian Air Force. Dispenau must also encourage Indonesian Air Force personnel to actively use social media to spread a positive image of the Indonesian Air Force. In addition, Dispenau must continue to improve the strategies that have been carried out. The*

* Ary Kisworo

E-mail: arykiz2005@gmail.com

last suggestion is that Dispenau can encourage Disminpersau, in this case, Subdisdiajurit, to prioritize recruitment at the career officer, non-commissioned or enlisted level who has an educational background related to journalism, graphic design, content creator or video editing so that problems regarding human resources in the Dispenau environment can be resolved.

Kata Kunci— **Dispenau, Social Media, Negative News, Public Opinion, Image.**

I. PENDAHULUAN

Perkembangan pertukaran informasi ini menjadi tantangan bagi bidang Kehumasan dalam mengelola nama baik lembaga. Organisasi, perusahaan maupun lembaga akan ditantang dalam mengelola citra dan nama baiknya. Hubungan masyarakat (Humas) diminta untuk semakin peka dan cakap dalam penggunaan media sosial demi kebutuhan suatu informasi. Perluasan informasi dalam penggunaan media sosial memiliki berbagai keuntungan, misalnya akan ada respon cepat dari para pembaca atau masyarakat dan konsistensi pesan komunikasi lembaga [1]

Upaya pembentukan citra organisasi membutuhkan adanya manajemen komunikasi yang berlangsung secara aktif dan berkesinambungan. Di lingkungan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI AU), hal ini dilaksanakan oleh Dinas Penerangan TNI AU (Dispenau) beserta jajarannya. TNI AU sebagai lembaga negara dan instrumen militer negara tidak dapat dijadikan objek komersial pemberitaan dalam kehidupan masyarakat umum. Maksudnya, pemberitaan atau penyampaian informasi yang berhubungan dengan TNI AU harus berhati-hati dalam pengemasan bahasa sehingga memberikan pemaknaan yang baik untuk publik [2].

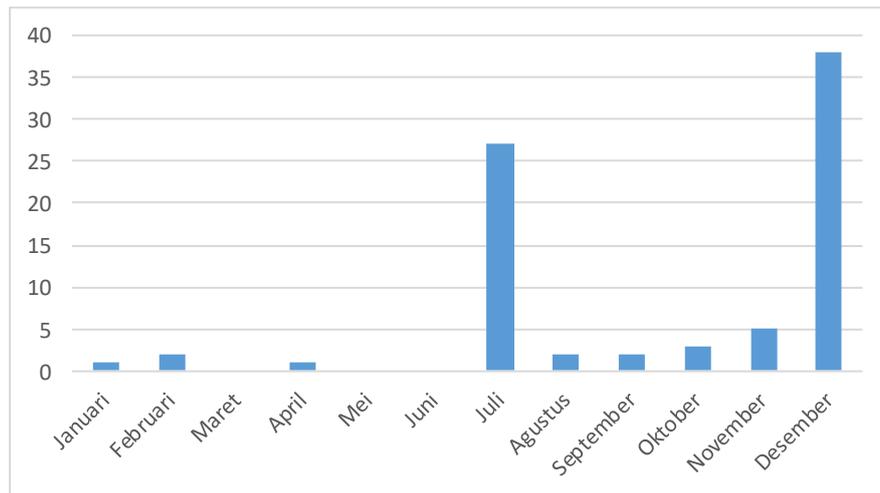
Menurut *Indonesian Daily Times*, studi yang dilakukan oleh Indikator Politik Indonesia (IPI) menghasilkan survei di mana Tentara Nasional Indonesia (TNI) menduduki peringkat sebagai lembaga yang paling dipercaya oleh masyarakat. Meski TNI tetap menjadi lembaga yang paling dipercaya masyarakat, namun tingkat kepercayaan terhadap lembaga tersebut justru menurun jika dibandingkan dengan bulan Mei tahun sebelumnya. Menurut survey tersebut, tingkat kepercayaan publik terhadap organisasi TNI mencapai 95,4 persen pada Februari 2020 [3].

Demi menjaga kepercayaan sebagai instrumen militer bagi masyarakat maka TNI AU memerlukan sebuah upaya untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan informasi secara baik dan transparan. Fungsi Humas yang diselenggarakan oleh Dispenau merupakan wujud atau bagian dari operasi informasi yang dilaksanakan oleh TNI AU. Operasi Informasi sesuai Doktrin TNI AU Swa Bhuna Paksa adalah salah bagian dari delapan operasi udara yang dimiliki oleh TNI AU baik dalam Operasi Militer Perang (OMP) maupun Operasi Militer Selain Perang (OMSP). Operasi informasi ini sangat penting dalam rangka memelihara opini publik terhadap TNI AU yang merupakan instrumen negara dalam pertahanan dan keamanan nasional.



Gambar 1. Tingkat Kepercayaan Pada Lembaga (Sumber: www.idntimes.com)

Indikator yang dapat menunjukkan keberhasilan atau kesuksesan dari operasi informasi yang dilaksanakan oleh Dispenau salah satunya adalah kecepatan dan ketepatan dalam merespon atau menanggapi adanya pemberitaan negatif tentang TNI AU sehingga pemberitaan tersebut tidak meluas atau bertambah buruk dan dapat menurunkan citra dan tingkat kepercayaan publik terhadap TNI maupun TNI AU. Dispenau dalam hal ini merupakan satuan terdepan dalam menangkal pemberitaan negatif maupun penyalahgunaan informasi terkait TNI AU melalui fungsi humas yang dimilikinya [2].



Gambar 2. Pemberitaan Negatif Oknum TNI Tahun 2021 (Sumber: Olahan Peneliti, 2022)

Dilihat dari data yang diperoleh menggunakan teknik *data mining* di atas, terlihat bahwa *trend* pemberitaan negatif mengenai oknum TNI mengalami peningkatan sepanjang tahun 2021. Pemberitaan negatif mengalami kenaikan paling tinggi pada bulan Desember yaitu sebanyak 38 berita negatif yang dimuat di beberapa media *online*. Beberapa media menyebutkan adanya pemberitaan negatif yang terkait dengan kasus kriminalitas, tindakan indisipliner serta beberapa kasus lain yang dilakukan oleh personel TNI/TNI AU. Hal ini menunjukkan bahwa berita negatif dapat berdampak kurang baik pada citra instansi itu sendiri. Adanya pemberitaan negatif mengenai TNI AU menyebabkan Dispenau harus menyusun strategi untuk membangun opini masyarakat dengan cepat dan tepat, sehingga opini masyarakat dapat berubah dengan cepat dari negatif menjadi positif dengan cara pengelolaan media sosial yang tepat. Lembaga lain, khususnya lembaga-lembaga yang bergerak di bidang pemerintahan atau publik dapat pula menanggulangi krisis pemberitaan negatif yang tersebar di khalayak melalui media sosial. Namun tentunya dalam hal ini, pejabat yang benar-benar paham akan profil maupun “*value*” dari lembaga tersebut harus dilibatkan dalam pengelolaan media sosial [4].

Demi menjaga kepercayaan sebagai instrumen militer bagi masyarakat maka Dispenau menggunakan berbagai strategi yang senantiasa diperbaharui untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan informasi secara baik, lebih cepat dan transparan. Beberapa upaya yang dilakukan diantaranya Dispenau yang menjalankan fungsi Humas di TNI AU mempunyai tugas untuk menjaga keharmonisan antara TNI AU dengan media massa agar terciptanya publikasi secara maksimal dan menyelaras apabila ada pemberitaan negatif yang terkait dengan TNI AU [2].

II. LANDASAN TEORI

Terdapat dua sub pokok bahasan dalam tinjauan pustaka ini yaitu diantaranya landasan teori dan kerangka pemikiran.

A. *Operasi Informasi*

Dalam doktrin TNI AU Swa Bhuna Paksa disebutkan bahwa salah satu bentuk operasi udara yang dimiliki oleh TNI AU baik dalam Operasi Militer Perang (OMP) maupun Operasi Militer Selain Perang (OMSP) adalah Operasi Informasi. Definisi umum dari operasi informasi yaitu penggunaan kekuatan dan kemampuan terintegrasi untuk mempengaruhi, mengeksploitasi sistem informasi dan proses pengambilan keputusan pihak lawan, serta upaya untuk membentuk opini publik sambil menjaga informasi dan sistem milik sendiri. Adapun operasi informasi dalam konteks ini berkaitan dengan operasi udara informasi yang memadukan berbagai kemampuan seperti intelijen, TIK, infoakta, psikologi, dan penerangan di mana kesemuanya memiliki peran strategis dalam operasi yang dilakukan terkait dengan hal tersebut maka tujuan dari operasi informasi adalah mencapai keunggulan informasi (*information superiority*) (SBP, 2019).

B. *Teori Strategi Pembentukan Opini Publik*

Menurut Bird yang dikutip oleh Abdurrachman (2001) opini publik adalah suatu penilaian sosial tentang hal yang penting dan bermakna yang terbentuk sebagai hasil dari pertukaran pandangan yang dilakukan oleh orang-orang yang secara sengaja rasional dalam tindakan dan proses mentalnya [5]. Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun secara pasif. Opini dapat diungkapkan dalam beberapa cara, baik secara aktif maupun pasif. Pendapat dapat dikemukakan secara lisan secara terbuka dan lugas dengan menggunakan istilah-istilah yang mudah dipahami, atau menggunakan pilihan kata yang lebih halus yang tidak mudah dipahami secara langsung (konotatif). Pendapat seseorang dapat direpresentasikan dalam berbagai cara, termasuk perilaku, bahasa tubuh, ekspresi wajah, simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, dan sejumlah indikasi lain yang didasarkan pada referensi, keyakinan, sudut pandang, sikap, dan kesetiaan. Selain itu, pendapat dapat diungkapkan dengan berbagai cara.

C. *Teori Spiral of Silence (Spiral Kebisuan)*

Ketika Elizabeth Noelle Neumann mengemukakan konsep teori "spiral of silence", dia menjelaskan bahwa teori itu didasarkan pada kekuatan media untuk membungkam opini publik, dan juga menunjuk pada opini laten yang berkembang pada tingkat yang lebih rendah yang tersembunyi karena tidak sejalan dengan opini publik mayoritas yang nyata [6]. Konsep utama dari teori spiral keheningan adalah ketika seseorang memiliki pandangan yang berbeda atau bertentangan dengan pandangan dominan yang diungkapkan oleh media, tetapi pandangan orang-orang di sekitarnya juga sama dengan pandangan yang diungkapkan oleh media, orang tersebut memiliki kecenderungan untuk "diam" atau mengikuti opini dominan yang diungkapkan media.

D. *Konsep Pemberitaan Negatif*

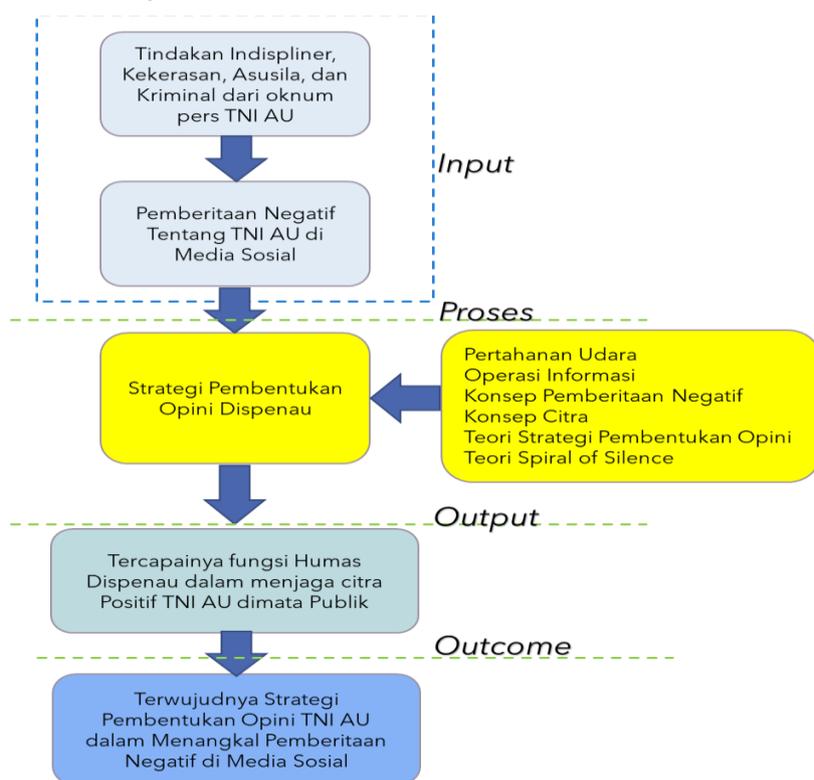
Ungkapan "the bad news is good news" mengacu pada paradigma jurnalistik yang menganggap berita yang memiliki komponen negatif terhadap sesuatu sebagai berita positif yang harus disampaikan kepada publik oleh media. Ungkapan ini menurut (Bimantara, 2018) dianggap merupakan hal yang logis dan wajar karena pada dasarnya manusia sebagai makhluk hidup memiliki sifat bias negatif. Bias negatif menurut (Jones-Smith, 2018), merupakan gambaran di pikiran manusia yang membuat kecenderungan orang berpersepsi negative kepada orang lain karena keterbatasan informasi. Hal inilah mengapa berita-berita negatif yang disiarkan oleh media lebih menarik dimata publik. Menurut (Sukaca, 2017), berita negatif lebih banyak muncul daripada berita positif di media Indonesia.

E. Konsep Citra

Frank Jefkins, dalam bukunya *Essential of Public Relations* yang dikutip oleh Soemirat (2007) menyimpulkan bahwa gagasan citra yang dibahas dalam konteks ini mengacu pada kesan bahwa seseorang membentuk sesuatu berdasarkan kesadaran dan pemahamannya terhadap fakta atau kenyataan [7]. Ada berbagai cara di mana citra organisasi (baik korporat maupun lokal) memengaruhi cara konsumen memandang komunikasi dan aktivitasnya. Jika citra negatif ingin diperbaiki, perlu dilakukan langkah-langkah internal yang meningkatkan kinerja organisasi. Bahkan Alma (2002) menegaskan bahwa citra ini merupakan gambaran yang terbentuk dalam benak sebagai hasil dari pengetahuan dan kesadaran seseorang terhadap suatu kondisi atau situasi [8]. Citra organisasi dihasilkan dari cara sebuah organisasi dalam menjalankan kegiatan operasional khususnya yang memiliki *core* bisnis dalam penyediaan layanan. Untuk itu, guna menciptakan citra atau kesan positif di benak konsumen, hal yang harus ditingkatkan dari waktu ke waktu adalah tingkat pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi atau korporasi.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka Berpikir adalah suatu kerangka yang menguraikan alur penelitian secara logis. Dengan kata lain, kerangka pemikiran ini akan menjabarkan pemikiran yang akan mengarah kepada rumusan masalah yang sebelumnya telah dirumuskan. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

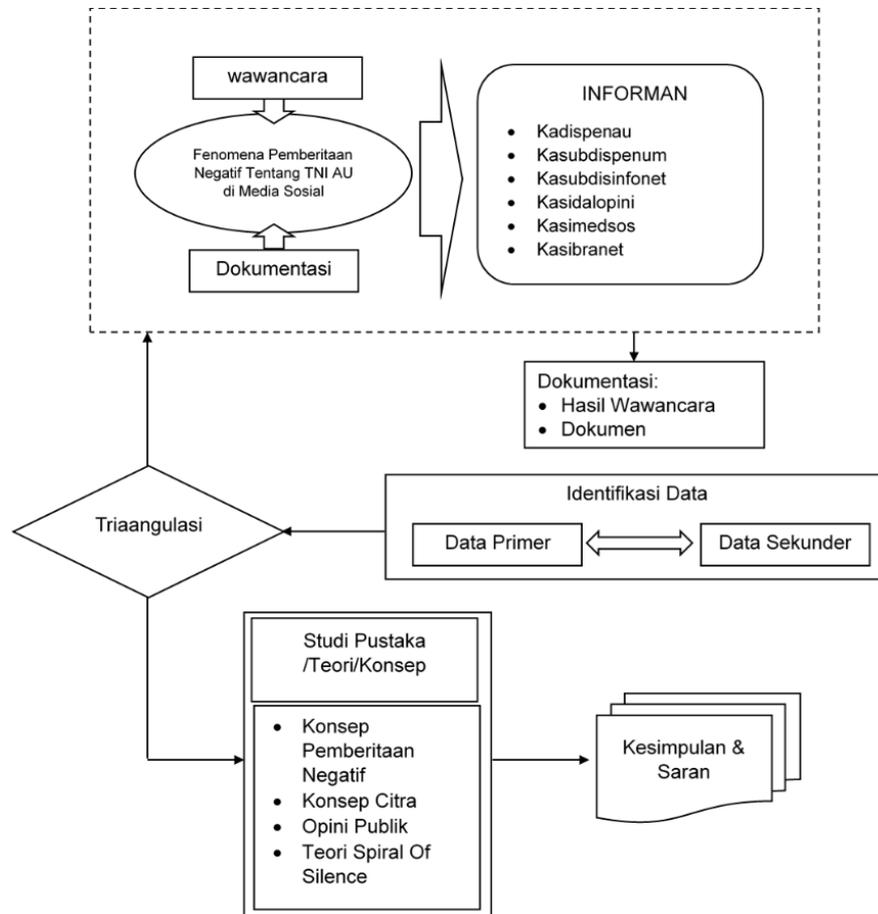


Gambar 3. Kerangka Pemikiran (Sumber: Peneliti, 2022)

III. METODE/MODEL YANG DIUSULKAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang merupakan metode untuk menghasilkan data deskriptif berupa bahasa tulisan atau lisan pribadi dan perilaku yang diamati [9]. Sesuai dengan sifat masalah serta tujuan yang ingin diperoleh yakni berusaha memperoleh gambaran yang nyata tentang strategi pembangunan opini yang dilakukan oleh Dispenau dalam menangkal

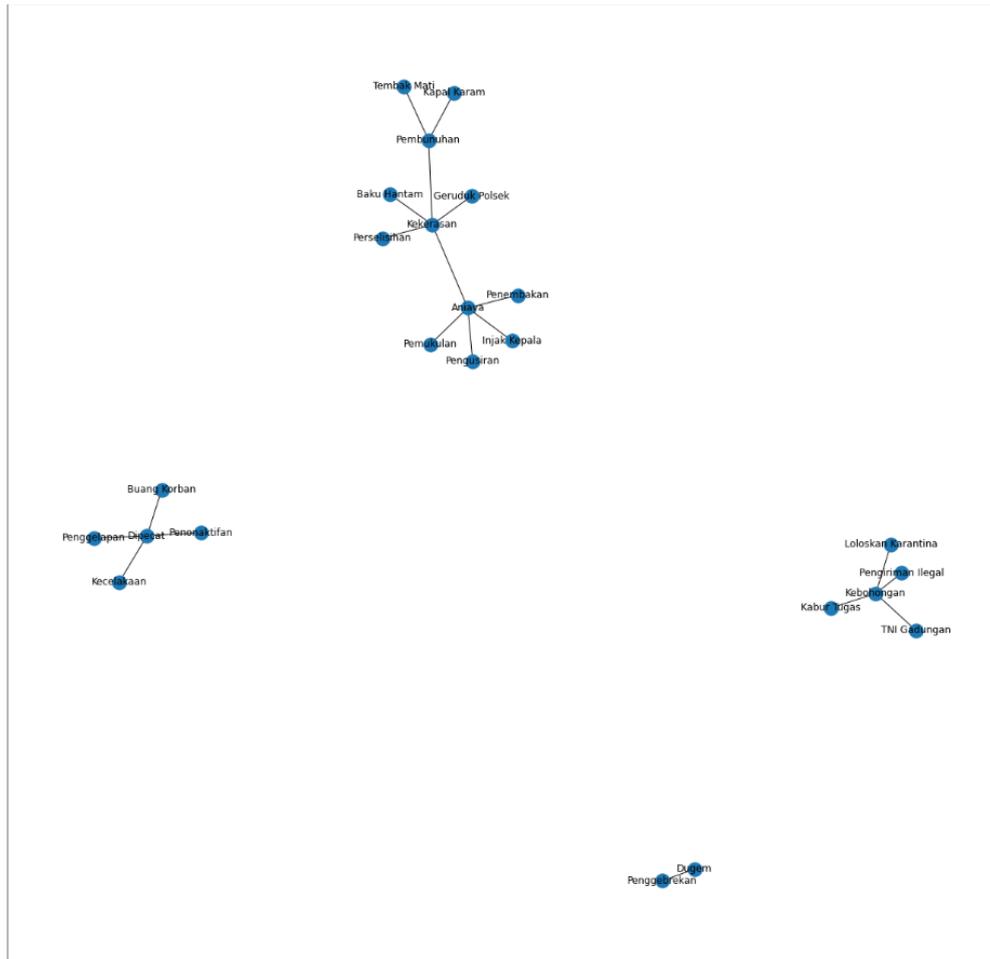
pemberitaan negatif di media sosial. Pelaksanaan penelitian deskriptif kualitatif ini tidak terbatas pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi mencakup analisis dan interpretasi makna data. Dengan pendekatan ini diharapkan peneliti mampu mendeskripsikan, mengkaji dan menganalisis fenomena yang ada untuk dijadikan bahan diskusi ilmiah. Adapun desain penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 4. Desain Penelitian (Sumber: Peneliti, 2022)

IV. HASIL/IMPLEMENTASI MODEL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2021 terdapat cukup banyak pemberitaan negatif tentang TNI AU yang tersebar secara luas di masyarakat Indonesia. Adanya pemberitaan negatif tentang TNI AU yang menyebar dengan cepat dikalangan masyarakat serta prajurit TNI AU sendiri, tentunya berdampak pada citra TNI AU di mata masyarakat. Dalam penelitian ini pemberitaan-pemberitaan negatif tentang TNI AU akan diklasifikasikan menggunakan metode Social Network Analysis (SNA) dengan software Python 3.10.4 melalui Jupyter Notebook. Pemberitaan negatif tentang TNI AU di ambil sepanjang tahun 2021, dengan pemberitaan yang dengan cepat sudah menyebar kepada masyarakat Indonesia. Berikut merupakan hasil klasifikasi berdasarkan pemberitaan menggunakan software Python 3.10.4.



Gambar 5. Output SNA Menggunakan Python Sumber: Peneliti (2022)

Hasil permodelan yang menggambarkan jaringan pemberitaan negatif TNI AU yang terbentuk dari hubungan pemberitaan-pemberitaan negatif mengenai TNI AU. Terlihat pada gambar node (Titik) yang melambangkan topik pemberitaan negatif mengenai TNI AU dan edge (Garis) yang melambangkan hubungan antar berita negatif mengenai TNI AU. Setelah melakukan pemodelan pada jaringan tersebut, maka dilakukan analisis properti pada model di atas. Adapun analisis property untuk menentukan nilai degree, closeness dan betweenness centrality adalah sebagai berikut: Pertama, akan dilihat dari nilai degree centrality dalam jaringan dimana berita negatif mengenai TNI AU yang paling populer di masyarakat pada tahun 2021. Dalam grafik jaringan, degree centrality diukur dengan jumlah total tautan langsung dengan node lain. Dimana degree centrality didefinisikan sebagai jumlah link insiden pada node. Kedua, akan dilihat dari nilai closeness centrality dalam jaringan dimana berita negatif mengenai TNI AU yang paling populer di masyarakat sepanjang kurun waktu tahun 2021. Dimana closeness centrality adalah ukuran jarak terpendek rata-rata dari setiap simpul satu sama lain. Secara khusus, ini adalah kebalikan dari jarak terpendek rata-rata antara simpul dan semua simpul lain dalam jaringan. Ketiga, akan dilihat dari nilai betweenness centrality dalam jaringan dimana berita negatif mengenai TNI AU yang paling populer di masyarakat pada tahun 2021. Dimana betweenness centrality adalah cara untuk mendeteksi jumlah pengaruh node memiliki lebih dari aliran informasi dalam grafik. Hal ini sering digunakan untuk menemukan node yang berfungsi sebagai jembatan dari satu bagian dari grafik yang lain. Algoritme menghitung jalur terpendek tanpa bobot antara semua pasangan node dalam grafik. Hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

TABEL I
NILAI DEGREE, CLOSENESS DAN BETWENESS CENTRALITY SNA MENGGUNAKAN PYTHON

Nilai Degree Centrality		Nilai Closeness Centrality		Nilai Betweness Centrality	
Topik	Nilai	Topik	Nilai	Topik	Nilai
Aniaya	0.22	Kekerasan	0.56	Kekerasan	0.17
Kekerasan	0.22	Aniaya	0.52	Aniaya	0.13
Kebohongan	0.17	Pembunuhan	0.3	Pembunuhan	0.08
Dipecat	0.17	Geruduk Polsek	0.21	Kebohongan	0.02
Pembunuhan	0.13	Perselisihan	0.21	Dipecat	0.02
Dugem	0.04	Baku Hantam	0.21	Dugem	0.0
Penggrebekan	0.04	Penembakan	0.2	Penggrebekan	0.0
TNI Gadungan	0.04	Injak Kepala	0.2	TNI Gadungan	0.0
Penggelapan	0.04	Pemukulan	0.2	Penggelapan	0.0
Penembakan	0.04	Pengusiran	0.2	Penembakan	0.0
Penonaktifan	0.04	Tembak Mati	0.12	Penonaktifan	0.0
Geruduk Polsek	0.04	Kapal Karam	0.12	Geruduk Polsek	0.0
Injak Kepala	0.04	Kebohongan	0.0	Injak Kepala	0.0
Perselisihan	0.04	Dipecat	0.0	Perselisihan	0.0
Tembak Mati	0.04	TNI Gadungan	0.0	Tembak Mati	0.0
Loloskan Karantina	0.04	Penggelapan	0.0	Loloskan Karantina	0.0
Baku Hantam	0.04	Penonaktifan	0.0	Baku Hantam	0.0
Pemukulan	0.04	Loloskan Karantina	0.0	Pemukulan	0.0
Kecelakaan	0.04	Kecelakaan	0.0	Kecelakaan	0.0
Buang Korban	0.04	Buang Korban	0.0	Buang Korban	0.0
Pengiriman Ilegal	0.04	Pengiriman Ilegal	0.0	Pengiriman Ilegal	0.0
Pengusiran	0.04	Kabur Tugas	0.0	Pengusiran	0.0
Kapal Karam	0.04	Dugem	0.0	Kapal Karam	0.0
Kabur Tugas	0.04	Penggrebekan	0.0	Kabur Tugas	0.0

Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel I di atas berita negatif mengenai TNI AU yang paling populer pada tahun 2021 berdasarkan *degree centrality* adalah topik berita penganiayaan oleh oknum anggota TNI/TNI AU dibandingkan dengan topik berita yang lain. Kemudian jika dilihat topik berita negatif mengenai TNI AU yang paling populer pada tahun 2021 yang memiliki tingkat kedekatan atau *closeness* paling tinggi adalah kekerasan, penganiayaan, pembunuhan. Sedangkan jika dilihat dari nilai *Betweness centrality* maka topik berita negatif mengenai TNI AU pada tahun 2021 yang memiliki tingkat pengaruh paling tinggi adalah kekerasan. Topik berita kekerasan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap apa yang terjadi didalam jaringan karena dengan adanya *node* di dalam jaringan yang masih terhubung.

Dari analisis menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA) dengan software Python 3.10.4 melalui Jupyter Notebook, dapat diketahui berdasarkan nilai dari *degree centrality*,

closeness centrality, dan *betweenness centrality* bahwa pemberitaan negatif tentang TNI AU yang paling banyak atau paling cepat tersebar dan menjadi viral di kalangan masyarakat adalah berita mengenai kekerasan, penaniayaan, dan pembunuhan yang dilakukan oleh oknum TNI AU. Artinya kasus-kasus atau berita tersebut jika tidak ditangani dan ditindaklanjuti dengan tepat akan berpotensi menurunkan citra TNI AU.

Terkait hal tersebut, tentunya Dispenau perlu menerapkan strategi yang tepat untuk menangkal pemberitaan negatif tentang TNI AU di media sosial. Adapun strategi yang diterapkan oleh Dispenau yaitu dalam menangkal pemberitaan negatif tentang TNI AU di media sosial tentunya Dispenau perlu mengupayakan tindakan preventif agar dampak dari pemberitaan tersebut tidak merugikan atau mencoreng nama TNI AU sehingga merugikan citra TNI AU itu sendiri. Hal ini merupakan bagian dari Operasi Informasi yang dilakukan oleh TNI AU untuk menjaga informasi dan mengendalikan opini publik. Untuk mencapai hal tersebut diperlukan suatu jalinan hubungan baik antara TNI AU dalam hal ini Dispenau dengan media sebagai stakeholder yang paling berperan dalam pembentukan opini publik.

Selain tindakan preventif, TNI AU juga melakukan tindakan *quick respond* atau respon cepat, dimana tindakan ini merupakan pengerahan satuan tugas untuk menyelidiki fakta lapangan dengan cepat. Respon cepat sesuai prosedur yang berlaku terhadap berita atau *issue* yang sedang berlangsung tentunya dapat membangun citra yang baik di mata masyarakat karena dengan keterbukaan informasi serta respon pemberitaan yang cepat, kredibilitas TNI AU di mata masyarakat akan terjaga. Hal ini sesuai dengan teori pembentukan opini publik yang disampaikan oleh (Noelle Neumann, 1974) bahwa keterbukaan diperlukan untuk pembentukan atau perubahan opini publik, dan bahwa keterbukaan ini akan membantu memfasilitasi dan memperkuat opini publik.

Dalam usaha pembentukan citranya, TNI AU akan mengoptimalkan tindakan atau upaya pemulihan kepercayaan (*recovery*) apabila ada kejadian atau berita yang mencoreng nama baik institusi TNI AU. Seperti yang disampaikan oleh (Alma, 2002) mengenai konsep citra, bahwa membentuk citra kepada publik tidak dapat dilakukan secara instan, namun memerlukan waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, tindakan tersebut harus dilakukan secara terus menerus atau dari waktu ke waktu. Persepsi masyarakat terhadap TNI AU sulit untuk dilatih dalam waktu singkat. Program menjaga relasi yang baik dengan media massa seperti mengeluarkan siaran pers atau press release dan doorstop wawancara langsung dilapangan harus terus dilakukan. Selain itu program lain yang harus tetap dilakukan sebagai upaya dalam membentuk citra baik tentang TNI AU adalah melakukan konferensi pers, tour press di satuan-satuan TNI AU, kumpul akrab dengan insan media, serta briefing yang melibatkan insan media. Selain itu strategi lain yang dilakukan oleh Dispenau sebagai upaya peningkatan citra positif TNI AU ialah dengan cara membuat press release di media sosial dengan memposting hal yang positif dan inspiratif sehingga dapat membangun persepsi publik pada setiap harinya. Strategi ini sesuai dengan konsep pemberitaan negatif yang dikemukakan oleh (Sukaca, 2017) dimana publik akan terpengaruh oleh penyajian media baik informasi positif maupun negatif. Memiliki akses ke berita positif akan mengarah pada tindakan positif karena sikap dan konsep positif akan tertanam dalam ingatan manusia begitu pula sebaliknya.

Dispenau harus mampu membaca dan mendengar pendapat atau persepsi yang ada di masyarakat maupun yang terdapat di media massa. Selanjutnya, Dispenau juga harus mampu untuk memahami serta menganalisis persepsi yang sedang beredar di masyarakat, kemudian mampu mengambil langkah antisipatif atau cermat untuk mengendalikan persepsi yang beredar di kalangan masyarakat. Hal ini sesuai dengan gagasan utama teori Spiral of Silence yang dikemukakan oleh (Noelle-Neuman, 1974) yang menyatakan bahwa ketika seseorang memiliki pandangan yang berbeda atau bertentangan dengan pandangan dominan yang diungkapkan media, sedangkan pandangan orang-orang di sekitarnya juga sama seperti pandangan yang diungkapkan media, maka ia cenderung berperilaku “diam” atau mengikuti pendapat dominan yang diungkapkan media. Ini karena pandangan orang-orang di sekitarnya sejalan dengan

pandangan media. Dengan demikian, Dispenau harus alert terhadap kemungkinan adanya persepsi negatif tentang TNI AU walaupun seremeh atau sekecil apapun. Dalam hal ini, Dispenau perlu mengambil tindakan berupa manajemen krisis. Manajemen krisis merupakan salah satu cara Dispenau dalam menanggapi atau mengevaluasi setiap krisis akibat suatu fenomena yang terjadi serta menyusun langkah untuk melakukan tindakan pencegahan. Jika sampai persepsi publik terhadap TNI AU menjadi negatif tentunya hal ini merupakan krisis bagi TNI AU, dan diperlukan suatu upaya manajemen krisis agar krisis tersebut tidak berkembang sehingga menurunkan citra TNI AU.

Menurut (Gronroos, 1990) Citra memiliki peran penting dalam penyelenggaraan suatu organisasi. Berangkat dari konsep tersebut, Dispenau berupaya untuk meningkatkan citra TNI AU, karena citra positif merupakan salah satu syarat mutlak untuk keberhasilan tugas TNI AU. Selain upaya-upaya yang telah diuraikan sebelumnya, Dispenau juga melakukan terobosan dengan memanfaatkan atau menggandeng personelnya yang menggunakan akun media sosial tiktok maupun instagram khususnya yang mempunyai banyak follower karena mereka sejatinya adalah aset yang bisa digunakan oleh TNI AU, bahkan terkadang juga dilakukan briefing secara online terhadap personel TNI AU yang mempunyai banyak follower agar dalam membuat konten dapat dipikirkan dengan baik dan dapat memberikan citra positif bagi TNI AU. Namun disisi lain Dispenau juga tetap harus memberikan pemahaman kepada seluruh personel TNI AU terkait batasan mengenai apa yang boleh atau yang tidak boleh di posting oleh personel TNI AU sehingga tidak menjadi berita negatif kembali dan dapat memperburuk citra TNI AU.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti lakukan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan metode Social Network Analysis (SNA), dapat diketahui bahwa berita mengenai oknum TNI AU yang melakukan kekerasan, penganiayaan dan pembunuhan merupakan topik berita yang paling rawan tersebar dalam waktu cepat dan luas sehingga berpotensi untuk membuat citra TNI AU menjadi negatif jika berita tersebut tidak ditanggulangi dengan tepat dan cepat. Kemudian terkait pelaksanaan strategi pembentukan opini dalam menangkal pemberitaan negatif di media sosial oleh Dispenau, saat ini sudah berjalan dengan baik. Adapun beberapa strategi pembentukan opini yang dilaksanakan oleh Dispenau untuk menangkal pemberitaan negatif di media sosial. Strategi pertama adalah Dispenau melakukan tindakan preventif untuk mengurangi dampak yang tidak diinginkan dari munculnya berita negatif tersebut dengan menjalin relasi yang baik dengan media massa baik cetak maupun online melalui pelaksanaan press conference, press tour, press gathering, dan press briefing. Strategi kedua adalah, jika terdapat berita negatif tentang TNI AU yang sudah menyebar tentunya Dispenau akan melaksanakan tindakan quick respond dengan mengerahkan tim atau satuan tugas untuk terjun ke lapangan serta berkoordinasi dengan pihak lain yang terkait agar mendapatkan data dan fakta yang lengkap tentang suatu kejadian, sehingga langkah yang diambil oleh Dispenau terkait pemberitaan keluar bisa tepat dan akurat. Strategi Ketiga adalah TNI AU dalam hal ini Dispenau akan mengoptimalkan tindakan atau upaya pemulihan kepercayaan (recovery) apabila ada kejadian atau berita yang mencoreng nama baik institusi TNI/TNI AU, tindakan tersebut berupa pembuatan press release di media sosial yang memposting hal yang positif dan inspiratif dari seluruh satuan TNI AU setiap harinya, sehingga hal tersebut diharapkan dapat membangun persepsi publik. Strategi keempat yaitu Dispenau harus dapat menganalisis pendapat atau persepsi masyarakat serta mengambil langkah antisipasi atau hati-hati yang harus dilakukan untuk mengendalikan persepsi yang terjadi di masyarakat pada umumnya. Strategi Kelima adalah Dispenau juga memperhatikan dan menggandeng personelnya yang mempunyai banyak follower atau subscriber di media sosial sebagai agen peningkatan citra positif TNI AU. Hal ini dikarenakan personel tersebut merupakan aset berharga yang bisa digunakan oleh TNI AU.

Saran Praktis yang terkait dalam penelitian ini yaitu Dispenau sebaiknya tetap mempertahankan hubungan baik dengan media massa baik elektronik, cetak maupun online seperti yang telah dilakukan selama ini agar dapat menciptakan opini publik yang baik mengenai TNI AU. Dispenau harus tetap mendorong personel TNI AU untuk aktif menggunakan media

sosial guna menyebarkan citra positif TNI AU dan diwaktu yang bersamaan juga tetap memberikan pemahaman kepada seluruh personel TNI AU agar dalam menggunakan media sosial tidak berlebihan dalam ranah TNI AU. Dispenau harus terus memperbaiki strategi yang sudah dilakukan, artinya Dispenau harus tanggap dalam menyikapi setiap perkembangan yang ada dan menyusun strategi yang adaptif sesuai dengan kebutuhan pada suatu keadaan tertentu. Dispenau dapat mendorong Disminpersau dalam hal ini Subdisdijurit untuk memprioritaskan rekrutmen di jenjang perwira karir, bintangara atau tamtama yang mempunyai latar belakang Pendidikan yang berhubungan dengan jurnalistik, desain grafis, conten creator atau video editing sehingga masalah mengenai sumber daya manusia di lingkungan Dispenau dapat teratasi. Adapaun saran teoritis yang kami peneliti usulkan yaitu penggunaan Social Network Analysis (SNA) sebagai tools analisis dalam penelitian ini hanya terbatas pada topik pemberitaan negatif, harapannya ada penelitian kedepan yang menggunakan tools sejenis namun penggunaannya tidak hanya terbatas pada topik pemberitaan negatif saja, namun dapat menganalisis dari aspek aktor yang terlibat dalam hal ini akun-akun apa saja yang menyebarkan berita negatif tersebut, sehingga hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan dapat menjadi bahan kajian bagi Dispenau

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih atas terbitnya naskah ini pada Seminar Nasional Sains Teknologi dan Inovasi Indonesia 2022 sebagai bagian kolaborasi/kerjasama penelitian antara Seskoau dengan Universitas Pertahanan RI.

REFERENSI

- [1] Kominfo, "Kementerian Komunikasi dan Informatika," 2015.
- [2] J. Kurniawati, "Media Relations Of The Indonesian Air Force Information With The Mass Media In Order To Maintain Public Opinion Service As a Form Of Synergistic Information Operations," *Progr. Stud. Magister Terap. Strateg. Operasi Udar.*, 2021.
- [3] Idntimes, "TNI Lebih Dipercaya Publik Dibandingkan Presiden," *Idntimes*, 2021. .
- [4] BSN, "Pentingnya Penguatan Media Sosial Bagi Lembaga Pemerintah - BSN - Badan Standardisasi Nasional - National Standardization Agency of Indonesia - Setting the Standard in Indonesia ISO SNI WTO," *Badan Standart Nasional*, 2017. .
- [5] O. Abdurrachman, "Dasar-dasar public relations / Oemi Abdurrachman | Perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau," *Citra Aditya Bakti*, 2001. .
- [6] E. Noelle-Neumann, "The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion," *J. Commun.*, vol. 24, no. 2, pp. 43–51, Jun. 1974.
- [7] S. & E. A. Soemirat, *Dasar-dasar Public Relations*. PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- [8] B. Alma, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa," *Alfabeta*, 2002. .
- [9] L. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, 1999.
- [10] Abdurrachman, O. (2001). *Dasar-dasar public relations / Oemi Abdurrachman | Perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. Citra Aditya Bakti.
- [11] Alma, B. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- [12] Bimantara, B. (2018). *Paradigma: Bad News is Bad atau Good News?* Kumparan.Com. <https://kumparan.com/bob-bimantara/paradigma-bad-news-is-bad-atau-good-news>
- [13] Idntimes. (2021). *TNI Lebih Dipercaya Publik Dibandingkan Presiden*. Idntimes. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/santi-dewi/survei-indikator-tni-lebih-dipercaya-publik-dibandingkan-presiden>.
- [14] Jones-Smith, E. (2018). *Strengths-based therapy : connecting theory, practice and skills*. 460.
- [15] SBP, D. (2019). *Naskah Doktrin TNI AU Swa Bhuaana Paksa*. Keputusan Panglima TNI No Kep 545/V/2019.
- [16] Sukaca, dr. H. A. (2017). *The 9 Golden Habits for Brighter Muslim (Republish)*. PT Bentang Pusaka.