

STRATEGI KOMUNIKASI PT KRAKATAU BANDAR SAMUDERA DALAM MENANGANI KRISIS DAMPAK LINGKUNGAN

PT KRAKATAU BANDAR SAMUDERA COMMUNICATION STRATEGY IN HANDLING THE ENVIRONMENTAL IMPACT CRISIS

Netha Nirmala Aqmar¹, Dr. Amalia Djuwita Dra.,MM²

^{1,2} Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹Nethanirmalaaqmar@gmail.com, ²amaliadjuwita@gmail.com

Abstrak

PT Krakatau Bandar Samudera telah menyebabkan dampak lingkungan yaitu polusi udara dan bencana banjir pada Kecamatan Ciwandan yang merupakan Kecamatan yang paling luas di Kota Cilegon dengan total luas wilayah 51,81 KM² atau 29,52% bagian dari Kota Cilegon menurut data dari Pemerintahan Setda Kota Cilegon tahun 2017. Pada Tahun 2013 berdasarkan laporan manajemen PT Krakatau Bandar Samudera telah berhasil mencapai beberapa target yaitu Tingkat Kesehatan Perusahaan, Penilaian Tingkat Kesehatan Perusahaan diukur dalam beberapa Aspek, yaitu Aspek Kinerja Keuangan, Aspek Operasional dan Aspek Administrasi. Penilaian Tingkat Kesehatan Perusahaan sesuai Surat Keputusan Direksi PT.Krakatau Steel (Persero) No. 08/C/DU-KS/Kpts/2003, tanggal 24 Februari 2003 yang berada dalam kriteria Sehat AAA, dengan score 95,60. Berdasarkan tingkat kesehatan perusahaan yang berada dalam Sehat AAA, dengan score 95,60 ini membuat peneliti ingin mengetahui mengenai bagaimana PT Krakatau Bandar Samudera menangani krisis dampak lingkungan. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme dengan metode kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa strategi komunikasi PT Krakatau Bandar Samudera dalam menangani krisis dampak lingkungan memiliki langkah strategi komunikasi punya tim komunikasi, kontak media massa, tidak menutup informasi, komunikasi reputasi, banyak saluran komunikasi, corporate social responsibility. Langkah – langkah strategi komunikasi tersebut dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera ketika implementasi penanganan krisis dampak lingkungan.

Kata Kunci : Strategi komunikasi krisis, krisis, dampak lingkungan

Abstract

PT Krakatau Bandar Samudera has caused environmental impacts namely air pollution and flood disasters in Ciwandan Subdistrict, which is the most extensive Sub-District in Cilegon with a total area of 51.81 KM² or 29.52% part of Cilegon City according to data from the Government of the Regional Secretariat of Cilegon in 2017. In 2013, based on the management report of PT Krakatau Bandar Samudera, it had succeeded in achieving several targets, namely, the Company's Health Level, Assessment of Company Health Level was measured in several Aspects, namely Financial Performance Aspects, Operational Aspects, and Administrative Aspects. Company Health Level Assessment in accordance with PT Krakatau Steel (Persero) Decree No. 08 / C / DU-KS / Kpts / 2003, February 24, 2003, which are in the criteria of Healthy AAA, with a score of 95.60. Based on the health level of the company that is in AAA Health, with a score of 95.60 this makes the researcher want to know about how PT Krakatau Bandar Samudera handles the crisis of environmental impacts. This study uses the post-positivist paradigm with descriptive qualitative methods. From the results of the research conducted by researchers, it can be seen that the communication strategy of PT Krakatau Bandar Samudera in dealing with the crisis of environmental impact has a communication strategy step that has communication teams, mass media contacts, does not close information, communication reputation, many communication channels, corporate social responsibility. The steps of the communication strategy were carried out by PT Krakatau Bandar Samudera when implementing the environmental impact crisis.

Keywords: crisis communication strategy, crisis, environmental impact communication strategy

1. Pendahuluan

Pada Tahun 2013 berdasarkan laporan manajemen PT Krakatau Bandar Samudera, perusahaan ini telah berhasil mencapai beberapa target yaitu Tingkat Kesehatan Perusahaan, Penilaian Tingkat Kesehatan Perusahaan diukur dalam beberapa Aspek, yaitu Aspek Kinerja Keuangan, Aspek Operasional dan Aspek Administrasi. Penilaian Tingkat Kesehatan Perusahaan sesuai Surat Keputusan Direksi PT.Krakatau Steel (Persero) No. 08/C/DU-KS/Kpts/2003, tanggal 24 Februari 2003 yang berada dalam kriteria Sehat AAA, dengan score 95,60. Tetapi pada tahun 2017 PT Krakatau Bandar Samudera telah menyebabkan dampak lingkungan yaitu polusi udara dan bencana banjir pada Kecamatan Ciwandan yang merupakan bagian dari lingkungan eksternal sekitar perusahaan. Menurut data dari Pemerintahan Setda Kota Cilegon tahun 2017, Kecamatan Ciwandan merupakan Kecamatan yang paling luas di Kota Cilegon dengan total luas wilayah 51,81 KM2 atau 29,52% bagian dari Kota Cilegon. PT Krakatau Bandar Samudera menangani krisis dampak lingkungan ini dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi yang dilakukan oleh bagian Humas PT Krakatau Bandar Samudera sehingga citra perusahaan dan hubungan antara perusahaan dengan pihak eksternal, baik dengan pelanggan nya maupun masyarakat yang berada di sekitar perusahaan dapat terjalin dengan baik. PT Krakatau Bandar Samudera dapat dikatakan seperti itu karena menurut salah satu karyawan bagian humas PT Krakatau Bandar Samudera "kemajuan perusahaan harus berbanding lurus dengan kesejahteraan masyarakat sekitar. Kalau perusahaan terus tumbuh dan berkembang maju dan bagus, masyarakat harus ikut merasakan melalui *supporting* kegiatan masyarakat seperti kegiatan sarana ibadah, sunatan massal untuk 6 kelurahan di Kecamatan Ciwandan" ujar Pak Umar.

Penyebab diambilnya strategi komunikasi PT Krakatau Bandar Samudera dalam mengatasi krisis dampak lingkungan diantaranya yaitu mengenai permasalahan tingkat polusi udara yaitu debu yang mempengaruhi kehidupan dan kesehatan masyarakat sekitar PT Krakatau Bandar Samudera dan permasalahan yang terjadi dalam sistem drainase pada PT Krakatau Bandar Samudera mengakibatkan banjir di Kecamatan Ciwandan sebagai Kecamatan yang paling luas di Kota Cilegon, Provinsi Banten. Dua permasalahan tersebut telah menjadi suatu krisis bagi PT Krakatau Bandar Samudera karena permasalahan tersebut telah menyebabkan demo oleh masyarakat Kecamatan Ciwandan yang kemudian di angkat oleh beberapa media lokal Kota Cilegon sehingga merusak citra baik perusahaan.

Pemasalahan yang disebabkan oleh PT Krakatau Bandar Samudera menyebabkan polusi udara yaitu debu yang mengganggu kehidupan dan kesehatan masyarakat sekitar PT Krakatau Bandar Samudera. Debu yang diakibatkan dari proses produksi perusahaan dan kondisi lingkungan di dalam kawasan PT Krakatau Bandar Samudera beserta dermaganya menyebabkan rumah – rumah dipenuhi oleh debu dan udara di lingkungan rumah warga juga menjadi penuh polusi. Selain itu kesehatan masyarakat terganggu di bagian pernafasan yang mengganggu paru – paru seperti batuk dan flu. Jadi hal tersebut menimbulkan permasalahan yang membuat PT Krakatau Bandar Samudera mengalami krisis karena tidak maksimalnya penggunaan strategi komunikasi dalam menangani timbulnya krisis pada permasalahan yang

terjadi kepada publik yang disebabkan oleh kegiatan produksi dan kondisi lingkungan PT Krakatau Bandar Samudera. Permasalahan ini telah menjadi suatu krisis bagi PT Krakatau Bandar Samudera karena membuat citra baik perusahaan dalam pandangan publik menurun. Timbulnya spekulasi – spekulasi negatif pada publik terhadap PT Krakatau Bandar Samudera membuat beberapa pers dan beberapa media mengangkat permasalahan ini dalam suatu berita di portal berita online.

Perwakilan dari masyarakat yaitu puluhan pemuda dan Ketua Karang Taruna Kelurahan Kubang Sari melakukan unjuk rasa mengenai surat permohonan audiensi berisikan permohonan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk masyarakat sekitar lingkungan PT Krakatau Bandar Samudera yang dikirimkan sejak bulan April 2017, sampai akhir tahun 2017 yaitu di bulan Agustus masih belum mendapatkan respon dari PT Krakatau Bandar Samudera. Kondisi lingkungan PT Krakatau Bandar Samudera yang berada di Kecamatan Ciwandan dan kawasan Cigading memiliki tingkat polusi udara yang sangat tinggi dan dikatakan bahaya karena tingginya zat SO₂ dan NO₂ yang berbahaya bagi kesehatan masyarakat sekitar perusahaan. Hal tersebut yang menjadi latar belakang dari aksi unjuk rasa yang dilakukan oleh puluhan pemuda kepada PT Krakatau Bandar Samudera.

Permasalahan selanjutnya yaitu buruknya sistem drainase pada PT Krakatau Bandar Samudera menyebabkan musibah banjir di Kecamatan Ciwandan, Kota Cilegon, Provinsi Banten. Drainase berasal dari kata *drain* dan *age* dimana arti kata tersebut berarti mengalirkan atau mengeringkan air yang berarti dimana ada air di permukaan air tersebut harus di alirkan supaya tidak menggenang dan mengakibatkan banjir. Untuk itu dibuatkanlah suatu sitem jaringan yang biasa kita sebut sebagai Drainase yang bertujuan untuk mengatasi masalah genangan pada permukaan tanah dan berada di bawah tanah (Wesli, 2008). Menurut berita yang ditampilkan oleh media online www.kabar-banten.com, Salah seorang tokoh masyarakat Ciwandan, Sihabudin Sidik mengatakan, permasalahannya ada pada saluran pembuangan air di wilayah PT. Krakatau Bandar Samudera (KBS). Permasalahan tersebut memiliki potensi menjadi suatu krisis bagi PT Krakatau Bandar Samudera karena telah di angkat menjadi berita di media online dan menghadirkan spekulasi dari publik yang negatif terhadap PT Krakatau Bandar Samudera. Namun humas PT Krakatau Bandar Samudera mengatakan bahwa telah melakukan penanganan terhadap bencana banjir di Kecamatan Ciwandan, Kota Cilegon, Provinsi Banten. melakukan pembagian nasi bungkus dan memberikan bantuan berupa sembako kepada masyarakat di Kecamatan Ciwandan, Kota Cilegon, Provinsi Banten melalui kegiatan CSR. Berdasarkan alasan tersebut maka peneliti memilih perusahaan PT Krakatau Bandar Samudera untuk di teliti strategi komunikasinya dalam menghadapi krisis dampak lingkungan. Dari pemaparan latar belakang tersebut penulis melakukan penelitian ini dengan judul **Strategi Komunikasi PT Krakatau Bandar Samudera Dalam Menangani Krisis Dampak Lingkungan.**

2. Tinjauan Teori

2.1 Strategi Komunikasi

Menurut Middleton (dalam Cangara, 2013:61) strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Perbedaannya terdapat pada pendapat dari Middleton bahwa strategi komunikasi terdapat elemen komunikasi, yaitu komunikator, pesan, media, serta efek yang ditimbulkan. Tujuan strategi komunikasi oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett (dalam Zainal, 2015:115) terdiri dari tiga, yaitu : *To secure understanding* (memastikan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya tersampaikan dan dimengerti), *to establish acceptance* (bagaimana penerimaan makna tersebut dibina dengan baik), dan *to motivate action* (bagaimana pesan yang dikomunikasikan diterima dari komunikator dapat memberikan persuasi untuk melakukan aksi atau suatu gerakan).

2.2 Krisis

Krisis menurut Seeger, Sellow dan Ulmer yaitu suatu hal yang dapat terjadi setiap saat serta bersifat membahayakan posisi citra perusahaan karena merupakan suatu ancaman bagi tujuan – tujuan organisasi yang sedang di capai. Karakteristik krisis yaitu peristiwa yang spesifik (*Specific Event*), krisis tidak dapat dihindari (*Inevitable*), krisis menciptakan ketidakpastian informasi, menimbulkan kepanikan dan keterkejutan, menimbulkan dampak positif atau negatif bagi operasional organisasi, berpotensi menimbulkan konflik

2.3 Sumber dan Jenis Krisis

Menurut Mitroff (2001) (dalam Kriyantono 2015: 206 – 210) mengatakan bahwa krisis dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *man made* dan *natural crisis*. *Man made* yaitu krisis yang disebabkan langsung oleh kesalahan manusia atau disebut juga dengan *human-caused crisis* atau *human error*. Sedangkan *natural crisis* yaitu krisis yang disebabkan faktor alam. Krisis yang di angkat oleh peneliti dalam perusahaan PT. Krakatau Bandar Samudera termasuk ke dalam sumber dan jenis krisis bencana alam karena akibat dari drainase yang buruk dalam perusahaan PT. Krakatau Bandar Samudera menyebabkan banjir di kota Cilegon khususnya Kecamatan Ciwandan. Selain itu juga polusi debu yang diakibatkan dari kegiatan produksi perusahaan dan kondisi dermaga yang menyebabkan munculnya spekulasi – spekulasi negatif mengenai perusahaan hingga menjadi suatu demonstrasi dari publik dan menjadi krisis bagi perusahaan.

2.4 Tahapan Krisis

Untuk mencegah maupun menghadapi krisis dalam perusahaan, menurut humas PT. Krakatau Bandar Samudera, perusahaan ini juga melakukan tahapan tahapan krisis seperti yang dikutip oleh Rachmat Kriyantono yang membaginya menjadi 3 tahap yaitu pra krisis, krisis, dan pasca krisis.

2.5 Strategi Komunikasi Krisis

Seorang *public relations* harus berorientasi pada keselamatan publik dan juga memprioritaskan keselamatan publik. Menurut Kriyantono (2015: 246 – 259) berikut adalah prinsip – prinsip dalam strategi

komunikasi krisis yaitu punya tim komunikasi, melakukan kontak media massa untuk menjawab ketidakpercayaan publik, mengumpulkan fakta – fakta dan mempersiapkan pernyataan kepada publik adalah hal yang dilakukan untuk mengurangi resiko munculnya kepanikan dan kekhawatiran publik, konferensi yang dilakukan secara berkala untuk men-update informasi sehingga tidak muncul kekurangan informasi, dalam meng-update informasi mengenai perusahaan secara regular, organisasi jangan memilih – milih informasi, informasi positif disampaikan dan yang negatif disembunyikan, informasi harus benar – benar hati – hati jangan sampai menimbulkan masalah – masalah baru dan membuat situasi makin keruh, meng-update informasi mengenai perusahaan secara regular, organisasi jangan memilih – milih informasi, informasi positif disampaikan dan yang negatif disembunyikan, memiliki sistem “*one gate communication*” melalui sebuah media center dengan satu orang yaitu juru bicara, wujud dari rasa empati yaitu tidak menyebut nama korban sebelum konfirmasi kepada anggota keluarganya, dan memperbanyak saluran komunikasi.

2.6 Manajemen Krisis

Manajemen krisis memiliki fokus dalam menyelesaikan suatu krisis atau masalah yang berdampak negatif bagi organisasi atau perusahaan. Dilakukannya manajemen krisis yaitu untuk menghentikan dampak negatif dari suatu krisis agar tidak berlanjut menjadi permasalahan jangka panjang dengan cara menerapkan beberapa strategi komunikasi untuk menghadapi krisis.

2.7 Pengelolaan Krisis

Menurut Kasali (2003: 231-234) adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam mengelola krisis adalah identifikasi krisis, analisa krisis dan isolasi krisis.

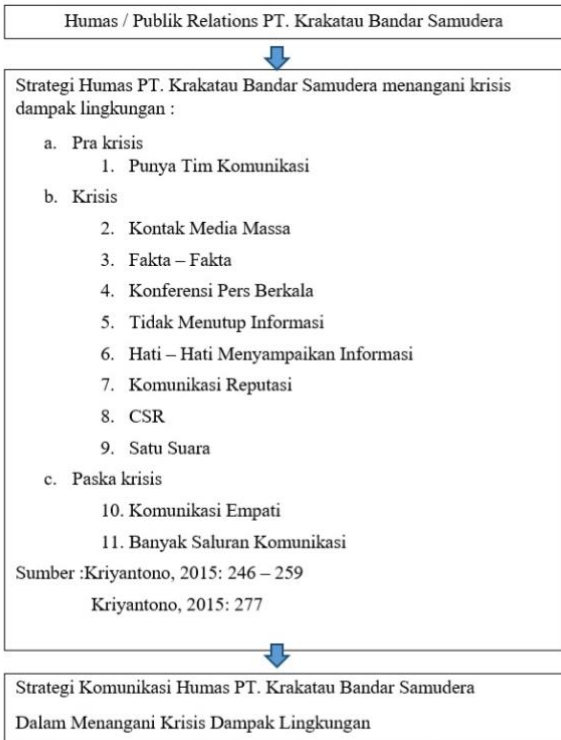
2.8 Corporate Social Responsibility

Dalam kegiatan Corporate Social Responsibility sendiri dikenal istilah komunikasi . Dimana komunikasi CSR menurut Jalal dalam Rusdianto (2013:21) memiliki definisi komunikasi CSR sebagai upaya perusahaan dalam menyampaikan kepada serta menerima pesan dari pemangku kepentingan terkait komitmen, kebijakan, program dan kinerja perusahaan dalam pilar ekonomi, lingkungan, dan sosial.

2.9 Public Relation

Public relations merupakan seni dalam menciptakan pandangan publik untuk menjadi lebih baik. Sekelompok orang yang termasuk definisi publik dalam konteks *public relations* adalah orang – orang yang dalam masyarakat sama – sama terikat dalam suatu kepentingan yang sama. Kegiatan humas ditujukan kepada *internal* publik dan *eksternal* publik.

2.3 Kerangka Penelitian



Sumber : Olahan Peneliti 2018

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post positivisme. Paradigma post positivisme dapat dikatakan sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan tujuan agar dapat memberikan deskripsi gambaran mengenai strategi komunikasi humas dalam menghadapi krisis yang dilakukan oleh humas PT. Krakatau Bandar Samudera dalam menghadapi ataupun mencegah krisis yang terjadi pada internal maupun eksternal perusahaan.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah divisi humas PT. Krakatau Bandar Samudera dalam bagian sekertaris perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi humas PT. Krakatau Bandar Samudera dalam menghadapi krisis yang terjadi pada perusahaan ini.

Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi humas dalam menangani krisis yang dilakukan oleh divisi humas PT Krakatau Bandar Samudera. Strategi komunikasi ini merupakan bagaimana cara PT Krakatau Bandar Samudera dalam menangani krisis dampak lingkungan, baik krisis yang terjadi pada internal perusahaan maupun pada eksternal perusahaan PT Krakatau Bandar Samudera.

3.1 Lokasi Penelitian

Dalam pemilihan lokasi penelitian, peneliti memilih tempat yang sesuai dengan tema yang dituju yaitu strategi komunikasi PT Krakatau Bandar Samudera dalam menangani krisis dampak lingkungan. Lokasi penelitian ini diambil untuk

mendapatkan data yang sesuai dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan di PT Krakatau Bandar Samudera yang terletak di Jl. May. Jend. S. Parman Km 13, Cigading, Tegalratu, Ciwandan, Kota Cilegon, Banten. Penelitian di lakukan tepat nya di gedung administrasi di bagian sekertaris perusahaan pada divisi humas.

3.2 Unit Analisis Penelitian

Berikut merupakan Analisis, Sub-Analisis dan Indikator yang menjadi gambaran fokus yang menjadi Unit Analisis pada penelitian ini :

Tabel 3.1 Unit Analisis Penelitian

Analisis	Input	Sub-Analisis
Strategi Humas PT. Krakatau Bandar Samudera dalam menangani krisis dampak lingkungan	Strategi Komunikasi Krisis (Kriyantono, 2015: 246 – 259)	1. Punya Tim Komunikasi 2. Kontak Media Massa 3. Fakta – Fakta 4. Konferensi Pers Berkala 5. Tidak Menutup Informasi 6. Hati – Hati Menyampaikan Informasi 7. Komunikasi Reputasi 8. Satu Suara 9. Komunikasi Empati 10. Banyak Saluran Komunikasi 11. CSR
	Manajemen Krisis (Kriyantono, 2015: 277)	1. Pra krisis 2. Krisis 3. Paska krisis
	Penanggulan Krisis (Kasali, 2003: 231-234)	1. Identifikasi Krisis 2. Analisis Krisis 3. Isolasi Krisis

Sumber : Olahan Peneliti, 2018

3.5 Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian Moleong (2006:132). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga informan yaitu *key informant*, *supporting informant*. Pemilihan informan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan juga ahli dalam bidang *public relations* dan komunikasi krisis.

Tabel 3.1
Daftar Informan

No.	Narasumber	Jabatan	Informan
1.	Lisna Maesaroh	Kepala Seksi Humas PT. Krakatau Bandar Samudera	<i>key informant</i>
2.	Umar Hanif	Staff Divisi Humas PT. Krakatau Bandar Samudera	<i>key informant</i>
3.	Syaeful Hadi	Ketua RT 13 RW 06 lingkungan Lijajar Kelurahan TegalRatu Kecamatan Ciwandan Kota Cilegon	<i>supporting informant</i>
4.	Firsan Nova	Konsultan PR dan Penulis Buku PR War, Crisis Public Relations, dan Dear Raya	<i>Expert informant</i>

Sumber : Olahan Penulis, 2018

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan Data Penelitian Pengumpulan data penelitian menurut Sugiyono (2017:104) dapat dibagi menjadi dua sumber. Sumber data pertama adalah sumber primer, dimana sumber primer ini merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yang kedua adalah sumber sekunder. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Contoh sumber sekunder adalah dengan cara membaca dokumen tertentu atau membaca berita.

3.6.1 Data primer

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwasannya sumber data primer adalah sumber yang dapat memberikan data secara langsung tanpa perantara seperti observasi dan wawancara.

3.6.2 Data sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mendukung hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Sumber data sekunder dapat berupa jurnal mengenai komunikasi krisis maupun manajemen krisis, dokumen tertulis, berita di media offline maupun online, gambar, foto kegiatan, video kegiatan, dan lain-lain yang berkaitan dengan kegiatan penanganan krisis dampak lingkungan oleh PT Krakatau Bandar Samudera

3.7 Teknik Analisis Data

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2017: 133) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas-aktivitas tersebut dijabarkan sebagai berikut :

- Reduksi Data (Data Reduction) Reduksi data berarti merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Tahapan-tahapan reduksi data meliputi: (1) Membuat ringkasan, (2) Mengkode, (3) Menelusur tema,

- Membuat gugus-gugus, (5) Mmbuat partisi, (6) Menulis memo.

- Penyajian Data (Data Display) Penyajian data berarti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dsb. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.
- Penarikan Simpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification) Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal/ interaktif dan hipotesis/ teori. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan setelah dari lapangan.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik keabsahan data yaitu triangulasi. Triangulasi dalam melakukan keabsahan data dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu :

a. Triangulasi Sumber

Dalam Sugiyono (2017:191) menjelaskan bahwa triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga mempengaruhi kredibilitas data. Sebuah data yang dikumpulkan peneliti ketika pagi hari apakah akan berbeda jika peneliti melakukan pengumpulan data ketika sudah sore hari dimana pada umumnya jam kerja sudah akan selesai pada hari tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber yaitu adanya pengecekan pada sumber data yang digunakan untuk menguji kredibilitas dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian pada Strategi PT Krakatau Bandar Samudera Dalam Menangani Krisis Dampak Lingkungan, kemudian dilakukan pembahasan oleh peneliti dengan cara menguraikan keterkaitan antara teori maupun konsep dengan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan lain-lain.

4.2.1 Strategi PT Krakatau Bandar Samudera dalam Menangani Krisis Dampak Lingkungan

4.2.1.1 Strategi Komunikasi Dalam Menangani Krisis Dampak Lingkungan

Menurut Middleton (dalam Cangara, 2013:61) strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. PT Krakatau Bandar Samudera,

memiliki keinginan untuk tercapainya tujuan untuk mencapai komunikasi yang optimal baik komunikasi di internal perusahaan maupun di eksternal perusahaan. Dengan mengombinasikan komunikator, pesan, saluran media yang digunakan dan dimiliki perusahaan, penerima pesan hingga mendapatkan efek yang optimal dari kombinasi tersebut, maka PT Krakatau Bandar Samudera merancang sebuah strategi komunikasi. Pentingnya membuat strategi komunikasi dalam menangani krisis dampak lingkungan membuat PT Krakatau Bandar Samudera merancang dan melaksanakan strategi tersebut agar citra perusahaan kembali membaik di mata masyarakat dan para stakeholder.

4.3.2.1 Punya Tim Komunikasi

Prinsip pertama dalam manajemen krisis yang berorientasi pada keselamatan publik yaitu strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh *public relations* harus memprioritaskan keselamatan publik. Menurut Kriyantono (2015: 246 – 259) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations, Issue, & Crisis Management*, mengatur sebuah tim komunikasi krisis yang terpadu (lintas bidang, termasuk pakar/konsultan eksternal yang terpercaya) dengan koordinasi yang kuat dan diikat oleh perencanaan komunikasi krisis yang baik, termasuk pembagian kerjanya.

Memiliki tim komunikasi dalam awal proses penanganan suatu krisis yang terjadi dalam perusahaan merupakan hal yang dibentuk oleh manajer sekertaris perusahaan. Dalam PT Krakatau Bandar Samudera sendiri tim komunikasi bukan diartikan sebagai suatu tim yang membentuk divisi khusus dalam menangani krisis perusahaan melainkan diawali oleh seorang koordinator dalam kegiatan penanganan krisis yaitu manajer sekertaris perusahaan yang kemudian mengkoordinasikan kepada manajer terkait. Penunjukan manajer terkait krisis yang terjadi dilakukan karena secara struktural manajer bagian tersebut memiliki tanggung jawab untuk setiap masalah yang terjadi di divisinya masing – masing maupun berdampak pada eksternal perusahaan. Dalam kasus polusi udara dan banjir yang disebabkan oleh sistem drainase yang buruk berarti manajer terkait yang harus ikut turun dalam penanganan kasus ini adalah manajer kawasan dan K3LH kepada masyarakat.

4.3.2.2 Kontak Media Massa

Menurut Kriyantono (2015: 246 – 259) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations, Issue, & Crisis Management* bahwa untuk mengurangi spekulasi – spekulasi khususnya di awal – awal krisis. Segera kontak media massa untuk memberikan informasi awal dengan prinsip “*begin it at once from the top of the organizations.*” (Regester & Larkin, 2008). Spekulasi yang dibiarkan akan memunculkan rumor yang memungkinkan lebih dipercaya, mempengaruhi persepsi, dan dianggap sebagai kebenaran. Melakukan kontak media massa juga untuk menjawab ketidakpercayaan publik bahwa organisasi tidak sepenuhnya menjadi penyebab dampak lingkungan tersebut maupun

membuat sesuatu yang disengaja sehingga menimbulkan dampak lingkungan bagi masyarakat sekitar lingkungan perusahaan. Kontak media massa memang dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera saat terjadi krisis dampak lingkungan polusi udara dan banjir akibat sistem drainase yang buruk. Hal tersebut dilakukan karena kasus tersebut sudah diangkat oleh media lokal dan mengandung asumsi asumsi negatif dari para warga yang menjadi korban dari dampak lingkungan polusi udara dan banjir akibat sistem drainase yang buruk di PT Krakatau Bandar Samudera.

4.3.1.4 Tidak Menutup Informasi

Menurut Kriyantono (2015: 246 – 259) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations, Issue, & Crisis Management* bahwa dalam mengupdate informasi mengenai perusahaan secara regular, organisasi jangan memilih – pilih informasi, informasi positif disampaikan dan yang negatif disembunyikan. Namun meskipun negatif, informasi tersebut perlu disampaikan dan jangan ditutup – tutupi dengan cara menyampaikannya dengan cara yang baik dan benar agar tidak sampai membuat reputasi organisasi semakin menurun. PT Krakatau Bandar Samudera telah melakukan seperti yang dikatakan dalam teori di atas, maka dari itu PT Krakatau Bandar Samudera merupakan perusahaan yang transparan atau tidak tertutup mengenai informasi – informasi tentang perusahaan. Bidang kehumasan dalam divisi sekertaris perusahaan yang bertugas menyampaikan informasi – informasi tersebut kepada masyarakat. Penyampaian informasi dilakukan secara terbuka dengan mengundang para tokoh masyarakat untuk diberikan sosialisasi mengenai tentang kondisi lingkungan sekitar perusahaan yang disebabkan oleh kegiatan produksi. Informasi yang disampaikan pun sudah melewati tahap penyeleksian informasi karena hanya informasi general saja yang boleh disampaikan.

4.3.1.5 Komunikasi Reputasi

Menurut Kriyantono (2015: 246 – 259) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations, Issue, & Crisis Management* bahwa melindungi perusahaan dari kritik – kritik spekulasi, yang biasanya muncul dari diskursus publik di media massa. Bersifat dapat dipercaya (*accountability*), keterbukaan (*disclosure*), dan komunikasi berbasis keseimbangan kepentingan (*symmetrical communication*). PT Krakatau Bandar Samudera dalam bidang kehumasan sudah melakukan komunikasi reputasi yaitu bersifat terbuka seperti teori yang sudah disebutkan di atas. Keterbukaan tersebut dilakukan kepada masyarakat dengan mengunjungi warga dan menanyakan keluhan pada masyarakat. PT Krakatau Bandar Samudera melakukan sosialisasi kepada para tokoh masyarakat tentang dampak dari kegiatan produksi dalam PT Krakatau Bandar Samudera. Sosialisasi yang dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera yaitu dengan mendatangi masyarakat sekitar lingkungan PT Krakatau

Bandar Samudera untuk menanyakan keluhan masyarakat dengan mengajak pihak internal perusahaan terkait dengan permasalahan dampak lingkungan yang menimpa masyarakat sekitar. Selain itu juga PT Krakatau Bandar Samudera menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang telah dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera untuk meminimalisir polusi udara dan sistem drainase yang buruk dengan cara mengundang tokoh masyarakat untuk di sosialisasikan.

4.3.1.6 Banyak Saluran Komunikasi

Menurut Kriyantono (2015: 246 – 259) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations, Issue, & Crisis Management* bahwa komunikasi memiliki peranan penting atas berhasil tidaknya mengatasi krisis. Setiap krisis pasti menimbulkan krisis informasi. Dalam menentukan saluran penyedia informasi agar tidak kekurangan dalam menyediakan informasi bagi pihak eksternal perusahaan yaitu *public relations* harus menjamin adanya prinsip keterbukaan dan komunikasi dua arah yang memungkinkan public memberikan *feedback* kepada perusahaan. Saluran komunikasi ini dapat berupa :

1. Saluran Tatap Muka Langsung
Membuka pusat informasi dalam sebuah crisis centre untuk menyediakan dan mem-follow up informasi dari publik.
2. Saluran Media Massa
Menyediakan informasi kepada wartawan surat kabar, radio atau televisi seperti *pressrelease*.
3. Media Nirmasa
Mencakup surat – menyurat, intranet, selebaran – selebaran, majalah internal atau majalah dinding.
4. Media Online
Media tersebut merupakan bentuk baru dari kegiatan komunikasi yaitu pengguna dapat mendeskripsikan opininya secara singkat dan didistribusikan dengan menggunakan pesan – pesan *instant* seperti *mobile phone*, email, web, facebook yang merupakan media sosial. Media sosial memiliki dua fungsi yaitu sebagai sumber informasi atas isu – isu dan opini publik. Kemudian fungsi media sosial yang ke dua adalah sebagai alat untuk mengontrol informasi melalui penyediaan informasi yang faktual, *up to date*, terbuka, dan resiprokal yaitu informasi itu juga disebarkan di media sosial.

Dengan demikian, PT Krakatau Bandar Samudera memiliki ke empat saluran komunikasi tersebut dan PT Krakatau Bandar Samudera memiliki website, media sosial instagram dengan nama akun *ciadingport* dan facebook dengan nama akun PT. Krakatau Bandar Samudera. Kemudian instagram dan facebook PT Krakatau Bandar Samudera berisi berbagai informasi tentang kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan secara *up to date*. PT Krakatau Bandar Samudera juga memiliki

hubungan baik dengan media – media lokal seperti Radar Banten, Baraya, seputar Cilegon, suara Cilegon, atau BCO TV.

4.3.1.7 Corporate Social Responsibility

CSR menurut Jalal dalam Rusdianto (2013:21) memiliki definisi komunikasi CSR sebagai upaya perusahaan dalam menyampaikan kepada serta menerima pesan dari pemangku kepentingan terkait komitmen, kebijakan, program dan kinerja perusahaan dalam pilar ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa komunikasi CSR dilakukan untuk menyebarluaskan informasi kegiatan CSR suatu perusahaan kepada masyarakat luas. Dalam komunikasi CSR selain menyebarluaskan informasi terkait kegiatan CSR, komunikasi CSR juga bertujuan untuk membentuk citra positif suatu perusahaan kepada masyarakat.

Dengan demikian, PT Krakatau Bandar Samudera melakukan kegiatan *Coorporate Social Responsibility* berupa program dan kinerja perusahaan dalam pilar ekonomi, lingkungan, dan sosial, Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk membentuk citra positif suatu perusahaan kepada masyarakat. Kegiatan yang pertama adalah CSR kepada masyarakat dengan melakukan *City Cleaning* di Lingkungan Lijajar, Kelurahan Tegal Ratu, Kecamatan Ciwandan pada bulan Maret 2018. Selain itu, di hari yang sama KBS juga meresmikan pembangunan sumur bor di lingkungan Babakan, Kelurahan Randakari, Kecamatan Ciwandan. Keberadaan industri harus memiliki nilai guna bagi masyarakat dan lingkungan. Untuk itu PT Krakatau Bandar Samudera ingin membuktikan kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan *Coorporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan bahwa industri itu harus dekat dan peduli kepada masyarakat dan lingkungan. Tujuan melakukan kegiatan tersebut yaitu untuk mempermudah warga mendapatkan air bersih, kegiatan ini juga merupakan hasil dari keluhan para warga karena masih ada daerah yang kesulitan mendapatkan air bersih.

Kemudian aksi tanggap darurat banjir Ciwandan dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera untuk menanggapi banjir akibat dari sistem drainase PT Krakatau Bandar Samudera yang buruk. PT Krakatau Bandar Samudera melakukan kegiatan CSR berupa tanggap darurat banjir Kecamatan Ciwandan dengan memberikan nasi bungkus kepada korban banjir dan pembagian alat kebersihan kepada korban banjir. Dan yang terakhir adalah gerakan menanam pohon bersama masyarakat di Kelurahan Kepuh yang bertujuan untuk meminimalisir debu polusi di lingkungan masyarakat dengan cara melakukan penghijauan di lingkungan masyarakat sekitar PT Krakatau Bandar Samudera. Kegiatan menanam pohon bersama ini di lakukan di tiga Kelurahan yaitu Kelurahan Kepu, Kelurahan Randakari, dan Kelurahan Banjarnegara. Penggunaan bibit pohon yang berkualitas dan produktif agar pohon

yang ditanam bisa bermanfaat untuk masyarakat dalam jangka waktu yang panjang.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan serta peneliti telah menguraikan hasil analisa penelitian “Strategi Komunikasi PT Krakatau Bandar Samudera dalam Menangani Krisis Dampak Lingkungan” maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dalam kegiatan penanganan krisis dampak lingkungan ini terdapat strategi dalam enam tahap strategi komunikasi pada PT Krakatau Bandar Samudera antara lain punya tim komunikasi, kontak media massa, tidak menutup informasi komunikasi reputasi, banyak saluran komunikasi dan corporate social responsibility. Pembentukan tim komunikasi sangat penting di lakukan dengan melibatkan senior leader untuk mendiskusikan tentang apa yang harus disampaikan ke masyarakat dan menentukan siapa yang akan menjadi corong informasi saat krisis terjadi. Melakukan kontak media massa dilakukan dalam kegiatan penanganan krisis dampak lingkungan karena permasalahan sistem drainase buruk pada PT Krakatau Bandar Samudera sebagai penyebab banjir Kecamatan Ciwandan Kota Cilegon dan polusi udara yang disebabkan dari kegiatan PT Krakatau Bandar Samudera yang merugikan masyarakat sekitar perusahaan karena kedua permasalahan tersebut sudah diangkat ke media lokal karena telah membuat citra perusahaan menjadi buruk di mata masyarakat terutama masyarakat Kota Cilegon. Maka dari itu perusahaan selalu melakukan komunikasi dengan pihak media untuk mengkonfirmasi berita yang tidak benar dalam media. Selain itu tidak menutup informasi bagi perusahaan dilakukan secara terbuka dengan mengundang para tokoh masyarakat untuk diberikan sosialisasi mengenai tentang kondisi lingkungan sekitar perusahaan yang disebabkan oleh kegiatan produksi. Hal tersebut dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera untuk menjaga hubungan baik dengan publik. Melakukan komunikasi reputasi yang dilakukan PT Krakatau Bandar Samudera bersifat terbuka pada masyarakat dengan mengunjungi warga dan menanyakan keluhan pada masyarakat. Kemudian PT Krakatau Bandar Samudera juga menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang telah dilakukan demi meminimalisir polusi udara dan system drainase yang buruk dengan cara mengundang tokoh masyarakat untuk di sosialisasikan. Hal tersebut dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera untuk menjaga reputasi perusahaan agar tetap baik di mata publik. Memiliki banyak saluran komunikasi juga dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera untuk menanyakan keluhan masyarakat dengan mengajak pihak internal perusahaan terkait dengan permasalahan dampak lingkungan yang menimpa masyarakat sekitar. Selain itu saluran komunikasi yang dimiliki oleh PT Krakatau Bandar Samudera berisikan kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh PT

Krakatau Bandar Samudera, berbagai penghargaan yang diraih oleh perusahaan, dan informasi – informasi internal perusahaan. Saluran komunikasi yang dimiliki oleh PT Krakatau Bandar Samudera adalah majalah internal, saluran tatap muka, website, instagram dan facebook. PT Krakatau Bandar Samudera juga memiliki kerjasama dengan saluran komunikasi eksternal yaitu Radar Banten, Baraya, Seputar Cilegon, Suara Cilegon, dan BCO TV. Yang terakhir adalah Corporate Social Responsibility, PT Krakatau Bandar Samudera melakukan CSR untuk membentuk citra positif perusahaan kepada masyarakat. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Krakatau Bandar Samudera dalam menangani krisis dampak lingkungan banjir dan polusi udara yaitu City Cleaning dan pembangunan sumur bor, tanggap darurat banjir Ciwandan, dan gerakan menanam pohon bersama masyarakat di Kelurahan Kepuh. Kegiatan City Cleaning dan pembangunan sumur bor yaitu untuk menunjukkan bahwa industry itu harus dekat, memiliki nilai guna bagi masyarakat dan lingkungan, menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan masyarakat dan lingkungan, serta untuk mempermudah warga mendapatkan air bersih, kegiatan ini juga merupakan hasil dari keluhan para warga karena masih ada daerah yang kesulitan mendapatkan air bersih. Kemudian tanggap banjir Ciwandan dengan membagikan nasi bungkus pada korban banjir. Dan kegiatan yang terakhir adalah gerakan menanam pohon bersama masyarakat. Kegiatan ini dilakukan di tiga kelurahan yaitu Kelurahan Kepuh, Kelurahan Randakari, dan Kelurahan Banjarnegara. Dalam kegiatan ini menggunakan bibit pohon yang berkualitas agar pohon yang ditanam bisa bermanfaat untuk masyarakat dalam jangka waktu yang panjang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Pada penelitian strategi komunikasi PT Krakatau Bandar Samudera dalam menangani krisis dampak lingkungan, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat melakukan penelitian pada pelaksanaan strategi komunikasi krisis lebih berkembang sehingga dapat mendukung perkembangan ilmu mengenai strategi komunikasi krisis.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi dalam menangani krisis dampak lingkungan ini, peneliti memberikan saran kepada PT Krakatau Bandar Samudera sebagai berikut :

- a. PT Krakatau Bandar Samudera harus melakukan evaluasi secara rutin setiap bulan agar meminimalisir dampak lingkungan yang buruk pada masyarakat sekitar perusahaan. Jadi tidak ada lagi permasalahan yang dikeluhkan atau

bahkan sampai menyebabkan demo oleh masyarakat sekitar perusahaan mengenai dampak lingkungan yang buruk dari kegiatan perusahaan terhadap kondisi masyarakat sekitar perusahaan.

- b. Saat peristiwa terjadi, PT Krakatau Bandar Samudera harus cept bergerak mendatangi lokasi kejadian di masyarakat untuk mengantisipasi muncul di media massa.
- c. Pihak PT Krakatau Bandar Smudera harus gencar melakukan kegiatan CSR agar tumbuh kepercayaan dan *maintenance* citra dari perusahaan.
- d. Adanya inovasi pada program CSR PT Krakatau Bandar Samudera yang bisa mencakup segala aspek dalam masyarakat seperti ekonomi, kesehatan, sosial, lingkungan, dan lain – lain

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Zainal. (2015). Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Cangara. (2013). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasali, R. 2003. Manajemen Public Relations. Grafiti, Jakarta.
- Kotler, P. and N Lee. 2005. Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause. John Wiley & Sons Inc, New Jersey.
- Kriyantono, Rachmat. (2015). *Public relations, Issue & Crisis Management Pendekatan Critical Public relations, Etnografi Kritis & Kualitatif*. (Edisi Pertama). Jakarta : Prenadamedia
- Dinas Lingkungan Hidup Kota Cilegon.(2017). Laporan Akhir Kegiatan Pemantauan Kualitas Lingkungan Pekerjaan Kajian Evaluasi Hasil Pemantauan Kualitas Lingkungan Tahun Anggaran 2017. Pemetintah kota cilegon.
- Rusdianto, Ujang. (2013). CSR Communication A Framework for PR Practitioners. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

