

Strategi Komunikasi Krisis PT Perkebunan Nusantara V Untuk Publikasi Negatif Galian C Tahun 2023

Azzahra Luthfiah ¹, Tessa Shasrini ²

Universitas Islam Riau, Jl. Kaharuddin Nst no 113 Pekanbaru
azzahraluthfiah@student.uir.ac.id, tessahasrini@comm.uir.ac.id

ABSTRACT

Communication strategy is effective planning in conveying a message so that it is easily understood by the communicant and can accept what has been conveyed so that it can change a person's attitude or behavior. Crisis communication is a dialogue process between the company and the public which is carried out with the aim of dealing with the crisis that is hitting the company. The communication strategy used to deal with this crisis can improve the image and reputation of the crisis. The research method used in this research is descriptive qualitative. The type of qualitative descriptive research used in this research was chosen because the research was intended to obtain information regarding the crisis communication strategy at PT Perkebunan Nusantara V in dealing with cases in scientific depth, the strategy used was a denial strategy and PT Perkebunan Nusantara V used partner media to delivered a message to the public from the results of research on Crisis Communication Strategy Analysis at PT Perkebunan Nusantara V that the crisis communication strategy used was to use a Nonexistence strategies response in the form of denying accusations of negative publications using all evidence, collaborating with other media, PTPN V also emphasized that Reservoir construction and exploration activities carried out in the core plantation area are not Excavation C.

Keywords: Crisis Communication, PT Perkebunan Nusantara V, SCCT Theory

ABSTRAK

Strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. Komunikasi krisis adalah proses dialog antara perusahaan dengan publik yang dilakukan tujuan untuk menangani krisis yang sedang melanda perusahaan. Strategi komunikasi yang digunakan menghadapi krisis ini dapat memperbaiki citra dan reputasi krisis. metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dipilih karena penelitian dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai Strategi komunikasi krisis pada PT Perkebunan Nusantara V dalam menanggulangi kasus secara mendalam yang ilmiah, strategi yang digunakan adalah strategi denial atau menyangkal serta PT Perkebunan Nusantara V menggunakan media partner untuk menyampaikan pesan kepada publik hasil penelitian tentang Analisis Strategi Komunikasi Krisis Pada PT Perkebunan Nusantara V bahwa strategi komunikasi krisis yang di gunakan adalah dengan menggunakan respon Nonexistence strategies berupa penyangkalan terhadap tudingan publikasi negatif menggunakan segala bukti ,

kerja sama dengan media lain, , PTPN V juga menegaskan bahwa aktivitas pembangunan embung dan eksplorasi yang dilaksanan di Kawasan inti perkebunan bukanlah Galian C.
Kata Kunci: Strategi Komunikasi Krisis, PT Perkebunan Nusantara v , Teori SCCT

PENDAHULUAN

Strategi komunikasi adalah cara yang efisien untuk merencanakan cara mengirim pesan sehingga penerima dapat memahaminya dan menerima informasi tersebut untuk mengubah perilaku atau sikap mereka. Karena keseimbangan antara komunikasi internal dan eksternal merupakan salah satu aspek pendukung keberhasilan perusahaan, strategi komunikasi dapat digunakan sebagai peta di mana dan bagaimana kelangsungan hidup perusahaan. Middleton mendefinisikan strategi komunikasi sebagai pengaturan ideal semua komponen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran media, penerima, dan pengaruh (efek), yang semuanya dimaksudkan untuk menghasilkan hasil komunikasi sebesar mungkin (Mulki & Kurniadi, 2021:14).

Strategi komunikasi tidak hanya mempertimbangkan bagaimana informasi dibagikan tetapi juga bagaimana penerima komunikasi bereaksi dan bertindak berdasarkan informasi yang mereka terima. Memilih rencana merupakan langkah awal yang penting karena rencana yang buruk dapat berakibat fatal dan membuang-buang sumber daya seperti waktu, bahan, dan energi. Sebagai komponen perencanaan komunikasi, strategi komunikasi harus mempertimbangkan faktor-faktor yang sudah ada, termasuk komunikator, komunikan, media, pesan, dan dampak (Puspitasari & Afifi, 2022:15).

Pengumpulan, analisis, dan penyebaran informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan krisis dapat secara garis besar dikarakterisasi sebagai komunikasi krisis. Menurut konsep yang diberikan di atas, rencana komunikasi krisis sangat penting untuk memeriksa informasi yang diperlukan dan terlibat dalam komunikasi publik yang intensif. Peran humas adalah untuk selalu proaktif dalam menanggapi dan memberikan informasi dengan segera dan akurat untuk meminimalkan rumor tersebut. Informasi yang terkadang tidak jelas dari mana asalnya dan kebenarannya masih dipertanyakan akan menimbulkan rumor yang justru dapat membingungkan masyarakat (Haryadi, 2013:9).

Perkembangan komunikasi krisis di Indonesia sekarang dimana kita sudah memasuki era teknologi, isu-isu yang berkembang di era teknologi komunikasi modern,

seperti ketika kita membaca posting di *Facebook*, *blog*, situs web, *milis*, atau *platform* lain yang menuduh seseorang, bisnis, atau mutu suatu produk atau layanan. Namun kebenaran dari tuduhan tersebut tidak bisa diverifikasi. Krisis yang melanda selama periode media baru menunjukkan bahwa selain berfungsi sebagai media baru selama krisis, Internet juga dapat bertindak sebagai katalisator baru untuk krisis (Silviani, 2020:15).

Pengelolaan perkebunan merupakan usaha Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V). Sebagai bagian integral dari sektor pertanian nasional, PTPN V memiliki visi dan misi yang jelas dalam upayanya untuk mengembangkan sektor perkebunan di Indonesia. Visi dan misi perusahaan tersebut tidak hanya menjadi panduan strategis, namun hal itu juga melambungkan dedikasi bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan lokal dan pertumbuhan ekonomi.

Setiap perusahaan telah mengalami krisis dan kita tidak pernah tahu kapan hal itu akan terjadi, dalam menghadapi krisis penting untuk perusahaan menganalisis akar masalah, mengambil tindakan yang tepat dan evaluasi situasi untuk mengatasi hal tersebut. Dilansir dari Jelajah Perkara.com akar permasalahan bermula pada tanggal 20 September 2023 Diduga PT Perkebunan Nusantara (PTPN) V Sei Rokan melakukan penambangan tanah atau sering disebut Galian C di lahan perkebunan sawit perusahaan plat merah itu di Desa Pagaran Tapah, Kecamatan Pagaran Tapah Darussalam, Kabupaten Rokan Hulu (Rohul) Provinsi Riau. Galian C itu diduga tanpa izin alias illegal. Kendati tidak mengantongi izin, ternyata penambangan Galian C berupa pasir batu (sirtu) PT Perkebunan Nusantara (PTPN) V Sei Rokan yang terletak di lahan perkebunan sawitnya Desa Pagaran Tapah, Kecamatan Pagaran Tapah Darussalam, Kabupaten Rokan Hulu (Rohul), Riau terus beroperasi hingga berita ini diturunkan pada Kamis 30 Maret 2023 (Tim Jelajah Perkara.com, 2023).

Media tersebut menaikkan publikasi negatif yang menuding bahwasannya PTPN V melakukan penambangan illegal. Amatan awak media yang langsung turun ke lokasi penambangan pasir itu, sebagian kondisi bekas galian C sudah sangat memperhatikan. Disaat musim hujan, lubang bekas galian C tersebut menjadi kolam dan membahayakan bagi warga yang beraktivitas di seputarannya. Awak media ini pun mencoba melakukan kroscek di Dinas Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Riau, khususnya di Rokan Hulu (Rohul) baru ada tiga perusahaan yang dikeluarkan Surat Izin Pertambangan Batuan

(SIPB). 3 perusahaan itu yakni, PT Ikram Putra Mulia lokasi di Kecamatan Pagaran Tapah Darussalam (Sirtu), PT DIVA Laju Sukses Gemilang (Tanah Urug) serta CV Menara Agra Tambang (Sirtu).

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan peneliti dengan tim Humas PTPN V, bahwasannya publikasi negatif tersebut merupakan publikasi yang tidak sesuai fakta, yang mana media tersebut mencari celah dan menggiring opini negatif dan berharap tim Humas menyelesaikan secara materi atau berharap ada imbalan agar publikasi negatif tersebut di *take down*. Namun tim Humas tidak pernah melakukan hal tersebut karena menurut mereka itu bukan salah satu cara mengatasi masalah dengan baik.

Penelitian ini berupaya untuk mengkaji bagaimana Strategi Komunikasi Krisis dalam skenario berdasarkan kesulitan yang dijelaskan pada paparan paragraph sebelumnya. Untuk menangkal sikap masyarakat dan mencegah ketidakpercayaan masyarakat dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dapat merugikan merek dan citra perusahaan, penelitian ini akan memberikan pengetahuan yang lebih luas tentang strategi komunikasi krisis.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Berdasarkan jenis datanya, metodologi penelitian ini bersifat kualitatif. Fenomena sosial atau lingkungan sosial yang terdiri dari individu, peristiwa, lokasi, dan rentang waktu merupakan titik awal eksplorasi dan pengembangan penelitian kualitatif. Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Karena tujuan penelitian adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang rencana komunikasi krisis PT Perkebunan Nusantara V, maka digunakan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam menanggulangi kasus secara mendalam yang ilmiah, bukan kondisi terkendali, laboratoris atau tempat riset eksperimen.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah narasumber yang dapat memberikan informasi tentang orang lain maupun dirinya sendiri. Untuk subjek dalam penelitian ini adalah tim *Corporat Communication* pada PTPN V dengan kriteria sebagai berikut:

1. Satu orang Staf Sub Bagian Hubungan Investor dan GCG
2. Satu orang Krani *Corporat Communication*

Kriteria yang telah disebutkan diatas yang di anggap tahu dan dapat di percaya untuk menjadi sumber data penelitian mengenai strategi komunikasi krisis pada PT Perkebunan Nusantara V dalam menanggulangi kasus.

Permasalahan yang diteliti dan dibahas adalah tujuan dari penelitian ini. Analisis strategi komunikasi krisis PT Perkebunan Nusantara V dalam menangani kasus menjadi objek dalam penelitian ini. Penelitian ini juga mencakup evaluasi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi perbaikan dalam manajemen komunikasi krisis di masa mendatang.

Lokasi Penelitian

PT Perkebunan Nusantara V, Jl. Rambutan No. 43, Kelurahan Sidomulyo Timur, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau menjadi lokasi penelitian penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, untuk memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan saat penelitian berlangsung, peneliti menggunakan metode-metode dalam teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara: Salah satu metode pengumpulan data untuk penelitian kualitatif adalah wawancara. Salah satu metode yang digunakan oleh Tim Komunikasi Perusahaan PTPN V dalam pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara terbuka dan wawancara non-struktur
2. Dokumentasi: Menurut Sugiyono (2015), dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi berupa angka-angka tertulis, buku-buku, arsip-arsip, makalah, foto-foto, laporan-laporan, dan uraian-uraian yang dapat membantu dalam penelitian. Data yang diperoleh dari wawancara didukung oleh dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil dokumentasi dari media mainstream yang mempublikasikan berita positif tentang PTPN V.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Penelitian ini awalnya menggunakan pendekatan pemeriksaan keabsahan data untuk mencapai keabsahan data. Untuk kebenaran data, peneliti menggunakan

triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah strategi yang digunakan oleh peneliti untuk membandingkan dan memeriksa ulang kebenaran dan keakuratan data yang dikumpulkan menggunakan berbagai instrumen dan waktu dalam metodologi kualitatif. Strategi ini memastikan bahwa data yang dihasilkan adalah konsisten dan dapat dipercaya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Noeng Muhaddrij (1998: 104) mengungkapkan pengertian analisis data sebagai meyakinkan dan Menyusun dengan proses konsep konsep yang di tentukan melalui dengan hasil dari observasi. Peneliti menganalisis terkait jawaban wawancara dari informan penelitian. Apabila tanggapan informan dianggap kurang memadai, peneliti akan mewawancarai mereka atau melanjutkan sesi tanya jawab. Wawancara dilakukan hingga peneliti menemukan data yang dapat diandalkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi komunikasi krisis adalah rencana yang dipikirkan dengan matang untuk berkomunikasi dengan publik atas nama perusahaan guna mengelola krisis yang dihadapi perusahaan. Citra dan reputasi organisasi dapat ditingkatkan melalui rencana komunikasi yang digunakan selama krisis.

Rencana komunikasi krisis yang tepat yang diterapkan selama krisis perusahaan akan berdampak signifikan terhadap reputasi perusahaan di masa mendatang. Dalam penerapan strategi komunikasi krisis pada PT Perkebunan Nusantara V dalam menanggulangi kasus krisis maka peneliti mendapatkan temuan penelitian sebagai berikut:

1. Identifikasi Sumber Krisis

Identifikasi Sumber Krisis adalah proses mengenali dan memahami akar penyebab dari krisis yang sedang dialami oleh suatu perusahaan. Berikut ini hasil wawancara tentang bagaimana PT Perkebunan Nusantara V mengidentifikasi krisis tersebut:

"Pertama, kami memonitor liputan media untuk mengidentifikasi berita atau laporan yang dapat berpotensi memicu krisis. Kami juga menganalisis narasi yang disampaikan oleh media tersebut untuk memahami bagaimana informasi yang dipublikasikan dapat mempengaruhi citra perusahaan kami. Selain itu, kami menilai

kredibilitas media berdasarkan tujuan dari publikasi tersebut. Dengan cara ini, kami berupaya untuk mengidentifikasi sumber krisis secara komprehensif sehingga dapat merencanakan strategi komunikasi yang tepat untuk menanggapi tuduhan atau informasi negatif yang tersebar, sehingga kami dapat mengurangi dampak negatif terhadap citra perusahaan dan menjaga keberlanjutan operasional kami. Yang kami dapatkan bahwa media yang mempublikasi hal ini adalah media tier 3 atau non-mainstream yang tidak kredibel, yang bukan memberikan informasi kemasyarakat malah narasi tulisannya justru kadang membingungkan. Mereka sengaja mencari kesalahan dan membuat publikasi negatif menyudutkan perusahaan, dan berharap bisa di selesaikan dengan cara adanya imbalan untuk menyelesaikannya.” (Anggi, 15 Februari 2024).

Dari hasil wawancara dengan informan Anggi bahwasannya mereka akan melakukan monitor terhadap media yang mempublikasikan dan juga menganalisis narasi yang disampaikan oleh media tersebut.

“Kami melakukan pemantauan aktif terhadap berbagai media, termasuk media sosial dan platform online lainnya, untuk mengidentifikasi potensi liputan negatif atau tuduhan yang muncul. Kami juga melakukan analisis mendalam terhadap laporan atau tuduhan yang muncul, dengan mencari bukti dan informasi yang dapat mendukung atau menyangkal klaim yang diajukan. Hal ini membantu kami dalam merumuskan respons yang efektif dan transparan terhadap sumber krisis yang diidentifikasi, dengan tujuan untuk meminimalkan dampak negatifnya dan mempertahankan integritas perusahaan di mata publik. Krisis ini terjadi ketika media yang tier 3 atau media yang memang orientasinya tidak memberikan informasi, tapi dengan orientasi berbeda dalam artian orientasi yang kita sebut mereka bukan media yang kredibel yang mana hanya untuk mencari keuntungan dan berharap kita bisa menyelesaikan publikasi tersebut dengan cara yang tidak semestinya” (Alvin, 26 Februari 2024).

Dari hasil wawancara dengan informan Alvin bahwa hal yang mereka lakukan pertama-tama adalah pemantauan media serta melakukan analisis mendalam terhadap tuduhan yang muncul dengan mencari bukti dan informasi untuk melakukan penyangkalan.

PT Perkebunan Nusantara V mengidentifikasi bahwa krisis tersebut dipicu oleh media tier 3 atau media non-mainstream yang tidak dianggap kredibel dan cenderung mencari keuntungan. Mereka mencatat bahwa media-media ini sering kali mempublikasikan informasi negatif tanpa bukti yang kuat atau dengan narasi yang membingungkan, yang dapat merugikan citra perusahaan.

2. Dampak dan Respons Terhadap Krisis

Dampak dan Respons Terhadap Krisis merujuk pada bagaimana suatu organisasi menanggapi situasi krisis yang mungkin mempengaruhi reputasi, operasional, atau hubungan dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) internal dan eksternal. Berikut hasil wawancara yang di dapatkan peneliti tentang apa dampak dan respons terhadap krisis tersebut:

“Sebetulnya dampak yang di timbulkan tidak terlalu signifikan terhadap perusahaan, namun jika kita searching dengan konteks yang spesifik maka publikasi tersebut akan muncul, dan akan menimbulkan citra yang buruk bagi perusahaan, maka dari itu kita harus tetap mengatur strategi komunikasi agar hal tersebut shutdown” (Anggi, 15 Februari 2024).

Dari hasil wawancara dengan informan Anggi dampak yang di timbulkan yaitu tidak terlalu signifikan namun harus tetap di Atasi menggunakan strategi yang tepat.

“Hmm sebenarnya hal ini tidak terlalu mengganggu, tetapi ketika hal tersebut terjadi kita mempunyai hak untuk membantah tudingan tersebut agar sesuatu yang lebih serius tidak terjadi” (Alvin, 26 Februari 2024).

Dari hasil wawancara dengan informan Alvin bahwasannya tidak terlalu berdampak atau mengganggu tetapi Perusahaan mempunyai hak untuk membantah hal tersebut.

3. Bekerjasama Dengan Media

Bekerja sama dengan media adalah suatu bentuk yang lazim di gunakan oleh beberapa perusahaan, bekerja sama dengan banyak media tentu membuat perusahaan dengan lebih mudah menjangkau publik untuk menyampaikan pesan yang ingin di sampaikan. Adapun hasil wawancara peneliti bersama informan Anggi Romadhoni adalah sebagai berikut:

“Seperti yang udah saya jelasin tadi, media yang mempublikasikan hal tersebut adalah media kecil atau media non mainstream, so kita akan mempublikasi

Azzahra Luthfiah,Tessa Shasrini
menggunakan media yang lebih besar, nah disini kita akan bekerja sama dengan beberapa media tentunya, agar dengan lebih mudah ter connect dengan publik”
(Anggi,15 Februari 2024).

Hal ini di perkuat dengan dokumentasi yang peneliti temukan. Ada 10 media yang mempublikasikan hal terkait di antaranya adalah:

Tabel 1

Media Publikasi Kegiatan PTPN V

No	Judul	Media Yang Mempublikasi	No	Judul	Media Yang Mempublikasi
1.	PTPN V: Kegiatan Eksplorasi Sesuai Regulasi	RiauPos.co 	6.	Kegiatan Eksplorasi Sesuai Regulasi	Riauhits.com 
2.	PTPN V Bantah Lakukan Aktivitas Penambangan Ilegal	beritaintermezo.com 	7.	PTPN V Bantah Lakukan Aktivitas Penambangan Ilegal	riau.antara.com 
3.	PTPN V Komitmen Wujudkan Perkebunan Berkelanjutan	detakindonesia.co.id	8.	PTPN V Bantah Lakukan Aktivitas Penambangan Ilegal	www.transriau.com

Gambar 1. Riau Pos

Gambar 6. Riau Hits

Gambar 2. Berita Intermezo

Gambar 7. Riau Antara

No	Judul	Media Yang Mempublikasi	No	Judul	Media Yang Mempublikasi
					
		Gambar 3. Detak Indonesia			Gambar 8. Trans Riau
4.	PTPN V Bantah Lakukan Aktivitas Penambangan Ilegal	www.goririau.com 	9.	PTPN V: Kegiatan Eksplorasi Sesuai Regulasi	Riauaktual.com 
		Gambar 4. Go Riau			Gambar 9. Riau Aktual
5.	PTPN V: Kegiatan Eksplorasi Sesuai Regulasi	www.riau24.com 	10	PTPN V Pastikan Kegiatan Eksplorasi Sesuai Regulasi	www.cakaplah.com 
		Gambar 5. Riau 24 Jam			Gambar 10. Cakaplah

Sumber: Data Hasil Analisis, 2024

Dari hasil wawancara bersama informan dan juga dokumentasi yang peneliti temukan, bahwasannya PT Perkebunan Nusantara V bekerja sama dengan media dengan tujuan untuk mempercepat penyampaian pesan kepada publik.

4. Strategi Denial (Menyangkal)

Strategi denial bersifat menyangkal dengan adanya satu kehendak dengan menyanggah menggunakan bukti yang ada bahwa tudingan tersebut bukanlah fakta yang sebenarnya. Hal tersebut di temukan pada strategi komunikasi krisis yang di gunakan PT Perkebunan Nusantara V, Adapun hasil wawancara peneliti bersama informan Alvin adalah sebagai berikut:

"Kita akan membantah telah melaksanakan kegiatan penambangan illegal, Bahwa hasil dari kegiatan eksplorasi di kawasan inti tersebut sama sekali tidak untuk kepentingan komersialisasi, kita membangun embung-embung atau water reservoir guna memastikan keberadaan air di musim kering dan mendukung program pencegahan Karhutla. Adapun mineral dari kegiatan pembangunan embung tidak diperjual belikan dan dimanfaatkan guna memenuhi kebutuhan kebun inti. Oiya saya jelasin sedikit ya, ada surat yang diterbitkan langsung oleh Direktorat Jenderal Mineral dan Batubara tahun 2018, Bahwa Badan Usaha yang bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit yang akan memanfaatkan mineral di dalam wilayah HGU atau IUP untuk kepentingan usaha perkebunanya sendiri atau non komersil tidak perlu dilengkapi dengan Izin Pertambangan Mineral. Jadi sampai sini jelas tidak ada yang dilanggar PTPN V terkait hal ini. Upaya tersebut juga di buktikan dengan peraihan sertifikat ISPO ataupun sertifikat lingkungan bertaraf International semisal International Sustainable Carbon Certification (ISCC) maupun Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)" (Alvin, 15 Februari 2024).

Berdasarkan hasil wawancara informan yang peneliti lakukan, PT Perkebunan Nusantara V menggunakan rencana komunikasi krisis yang meliputi penyangkalan terhadap tuduhan publikasi yang tidak menguntungkan, bahwasannya PT Perkebunan Nusantara V tidak pernah melakukan penambangan illegal.

5. Tindakan Pencegahan

Pencegahan terjadinya krisis, apakah PT Perkebunan Nusantara V mempunyai strategi atau Tindakan yang di lakukan untuk mencegah hal tersebut terjadi. Berikut ini hasil wawancara yang di dapatkan peneliti bersama infroman Anggi:

"Kita sebisa mungkin untuk selalu memenuhi ketentuan yang berlaku, segala bentuk aturan kita ikuti, tidak melakukan hal hal yang seharusnya tidak dilakukan. Namun yang Namanya suatu perusahaan ada kalanya mengalami suatu krisis. Nah tapi kalau mulai ada isu isu engga enak, itu harus langsung di tangenin, seperti yang kita tau, kalau bad news akan lebih cepat meluas dari pada good news, maka dari itu kita harus langsung siaga membereskannya. Yaitu dengan publikasi positif lainnya aja hal itu akan membuat isu tidak enak itu akan redup sendiri" (Anggi, 15 Februari 2024).

Dari hasil wawancara yang sudah peneliti temukan, Anggi mengatakan bahwa tidak ada strategi khusus untuk mencegah terjadinya krisis, hanya saja yang perlu di lakukan adalah dengan mengikuti prosedur yang ada dengan sangat teliti.

Pembahasan

Peneliti mendeskripsikan hasil penelitian dan pembahasan tentang Analisis Strategi Komunikasi Krisis Pada PT Perkebunan Nusantara V Dalam Menanggulangi Kasus Galian C Tahun 2023. Maka peneliti menggunakan teori SCCT (Situational Crisis Communication Theory) yang merupakan salah satu teori tentang strategi komunikasi krisis. Teori ini dirumuskan Timothy W. C pada tahun 1995, teori atau hipotesis SCCT menetapkan hubungan antara skenario krisis dan taktik respons krisis, di mana bisnis menggunakan taktik ini untuk mempertahankan merek mereka.

Peneliti memfokuskan strategi komunikasi krisis yang digunakan PT Perkebunan Nusantara V dalam menanggulangi kasus, identifikasi masalah terhubung dengan kajian topik penelitian., dimana ada suatu media yang mempublikasikan isu negatif dan penggiringan opini untuk PT Perkebunan Nusantara V, yaitu tuduhan penambangan ilegal yang dilakukan oleh PT Perkebunan Nusantara V, serta media tersebut menginginkan penyelesaian dengan materi, namun tim humas PTPN V menolak dan mencari strategi yang lebih efektif.

Kasus publikasi negatif terhadap PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V) terkait kegiatan galian C pada tahun 2023 telah menimbulkan berbagai tanggapan negatif dari publik. Untuk mengatasi situasi tersebut, PTPN V mengimplementasikan berbagai strategi komunikasi, salah satunya adalah non-existence strategies dengan pendekatan denial. Dalam pembahasan ini, peneliti menganalisis efektivitas dan implementasi strategi komunikasi tersebut dalam menanggulangi dampak negatif dari publikasi tersebut.

1. Tinjauan Umum Non Existence Strategies

Non-existence strategies merupakan pendekatan dalam manajemen krisis yang bertujuan untuk menghapus atau mengurangi dampak negatif dengan cara menolak adanya masalah atau tuduhan. Pendekatan ini seringkali digunakan untuk mempertahankan citra perusahaan di mata publik. Salah satu metode dalam non-

existence strategies adalah strategi denial, di mana perusahaan secara langsung membantah tuduhan atau masalah yang diangkat.

2. Implementasi Strategi Denail PTPN V

Kronologi kasus galian C terjadi pada awal tahun 2023, beberapa laporan media dan kelompok aktivis lingkungan menuduh PT Perkebunan Nusantara V (PTPN V) melakukan kegiatan galian C yang melanggar peraturan lingkungan dan merusak ekosistem di sekitar area operasional. Tuduhan ini mencuat setelah adanya laporan warga yang mengeluhkan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar, seperti kerusakan lahan dan pencemaran air. Untuk mengatasi isu tersebut, PTPN V menerapkan strategi denial sebagai bagian dari non-existence strategies.

3. Pernyataan Resmi Perusahaan

PTPN V segera merespon tuduhan dengan mengeluarkan pernyataan resmi melalui berbagai saluran komunikasi. Dalam pernyataan tersebut, perusahaan dengan tegas membantah adanya pelanggaran peraturan lingkungan dalam kegiatan galian C yang dilakukan. Pernyataan ini disebarluaskan melalui media massa, situs web perusahaan, dan media sosial untuk memastikan bahwa pesan tersebut dapat menjangkau audiens yang luas.

4. Penyediaan Bukti Pendukung

PTPN V menyediakan data dan dokumen yang mendukung pernyataan mereka bahwa operasi galian C dilakukan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Bukti ini termasuk laporan kepatuhan lingkungan, izin operasi, dan hasil audit internal. Bukti-bukti ini dipublikasikan di situs web perusahaan dan dibagikan kepada media untuk memastikan transparansi dan meningkatkan kepercayaan publik.

5. Kolaborasi dengan Pihak Ketiga

Untuk memperkuat posisi perusahaan, PTPN V menggandeng lembaga independen yang kredibel untuk melakukan audit dan investigasi terkait operasi galian C. Hasil audit dan investigasi tersebut kemudian dipublikasikan untuk memberikan bukti obyektif bahwa perusahaan tidak melakukan pelanggaran.

6. Dialog dengan Komunitas dan Pemangku Kepentingan

PTPN V mengadakan pertemuan dengan komunitas lokal dan pemangku kepentingan lainnya. Tujuan dari pertemuan ini adalah untuk mendengarkan kekhawatiran mereka dan memberikan penjelasan langsung mengenai operasi galian C.

Dengan adanya dialog ini, diharapkan tercipta pemahaman yang lebih baik dan solusi bersama atas berbagai permasalahan yang ada.

7. Evaluasi Implementasi Strategi Denial

Implementasi strategi denial oleh PTPN V telah memberikan dampak yang signifikan dalam mengurangi tekanan dari publik dan media. Reaksi publik menunjukkan bahwa beberapa kelompok masih meragukan klaim perusahaan dan menuntut transparansi lebih lanjut. Pesan yang disusun PTPN V jelas dan didukung bukti kuat, namun perlu dipahami lebih baik oleh publik. Penanganan yang hati-hati menunjukkan upaya menjaga citra perusahaan. Kerjasama dengan media efektif, tetapi perlu hubungan yang lebih kuat untuk menghindari publikasi negatif. Strategi denial mungkin melindungi citra jangka panjang, namun risiko tetap ada jika muncul bukti yang bertentangan dengan klaim perusahaan.

Dengan langkah-langkah komunikasi yang sistematis dan transparan, PTPN V berhasil mengatasi sebagian besar tekanan dari publik dan menjaga reputasi perusahaan dalam menghadapi kasus publikasi negatif galian C. Strategi komunikasi denial yang diterapkan oleh PT Perkebunan Nusantara V dalam menanggulangi kasus publikasi negatif galian C pada tahun 2023 menunjukkan efektivitas dalam meredakan beberapa tekanan awal dari publik. Namun, keberhasilan jangka panjang dari strategi ini sangat tergantung pada transparansi dan keandalan bukti yang disampaikan. PTPN V perlu terus berkomunikasi secara terbuka dan memastikan bahwa semua operasi dilakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku untuk menjaga kepercayaan publik.

KESIMPULAN

PTPN V mengimplementasikan strategi komunikasi krisis dengan fokus pada strategi denial, yang meliputi pernyataan resmi, penyediaan bukti, kolaborasi dengan pihak ketiga, dan dialog dengan komunitas. Strategi ini berhasil mengurangi tekanan publik dan media, meski masih ada ketidakpastian di masyarakat dan di antara aktivis lingkungan. Keberhasilan jangka panjang strategi ini bergantung pada komunikasi terbuka dan bukti yang konsisten, serta kepatuhan pada regulasi dan perhatian terhadap dampak lingkungan. Strategi denial memberikan perlindungan awal terhadap reputasi perusahaan, namun keberhasilan jangka panjangnya ditentukan oleh kemampuan PTPN V dalam memenuhi tuntutan transparansi dan kepercayaan publik.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini mengenai Analisis Strategi Komunikasi Krisis pada PT Perkebunan Nusantara V dalam menanggulangi kasus publikasi negatif Galian C tahun 2023, peneliti memberikan beberapa saran. Pertama, perusahaan disarankan untuk mengamati liputan media dan opini publik terkait tanggapan perusahaan dalam mengelola krisis. Kedua, perlu dilakukan evaluasi terhadap tingkat koordinasi dan kolaborasi antara tim komunikasi dan manajemen krisis dalam menghadapi situasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amali, M. T. (2019). Strategi Komunikasi Krisis *public relations* PT. Lion Mentari Airlines Dalam Merespon Kasus Kecelakaan Pesawat Lion AIR JT610
- Asriwati. (2021). Strategi Komunikasi Yang Efektif. Syiah Kuala University Press
- Barens, G. (2007). *Coorporat Reputation Review* (Efitra & Sepriano, Ed.). PT. Sonpedia publishing indonesia.
- Bungin, B. M. B. (2020). *Corporat Communication*. Prenadamedia Group.
- Desmora Mahpudin, T., Nursanti, S., Rifai, M., Singaperbangsa, U., & Abstract, K. (2023). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Corporate Branding. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Mei*, 9(9), 292–301.
- Fadhli, M. N. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi Di Mis Azzaky Medan. In *Journal Ability: Journal of Education and Social Analysis* (Vol. 2, Issue 2).
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications: A Casebook Approach*.
- Fernandya, R., Yuwono, S. S., & Al-Firdaus, T. K. (2022). Pengentasan Masalah Sosial Melalui People Centered Development Guna Memaksimalkan Pembangunan di Indonesia. *Reformasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*,
- Hasan Kamarudin. (2015). *Komunikasi Sosial Dan Pembangunan (Ksp) People Centered Development Strategi Menuju Pembangunan Berpusat*.
- Heath, robert L. (2010). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding, 2nd Edition* (Vol. 53).
- Juliana, R. A. K. (2022). *Manajemen Komunikasi Krisis Direktorat Jendral Pajak Dalam Mengatasi Dampak Negatif Dari Pemberitaan Pajak Pertambahan Nilai Barang Kebutuhan Pokok*.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relation, Isue & Crisis Management*.
- Mulki, S. S., & Kurniadi, O. (2021). Strategi Komunikasi Krisis pada Masa Adaptasi Kebiasaan Baru di Bank Bukopin KCP Cianjur. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(1), 71–78.
- Narayana, M. P. (2011). *Komunikasi Krisis Di Era New Normal Dan Media Sosial*.

- Nur Fitri, alifa, Fitri, Karim, A., & Rachmawati, F. (2021). Article Information Abstract. In *Jurnal IMPRESI* (Vol. 1, Issue 2).
- Puspitasari, S. A., & Afifi, S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Krisis Klinik Kesehatan Gigi di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 2(1).
- Putri, L. D. (2014). Krisis, Ancaman atau Peluang ?!
- Salma, A. N. (2017). Berkomunikasi Saat Krisis: Strategi Penggunaan Media Internet dalam Menghadapi Krisis di Era Digital. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 01(01).
- Salma, A. N. (2018). Strategi Komunikasi Krisis Di Era Digital: Penggunaan Internet Dari Sebelum Hingga Sesudah Krisis Crisis Communication Strategy In Digital Age: The Use Of Internet Before, During, And After Crisis.
- Saputra, R. (2020). Penerapan Situational Communication Crisis Theory bagi Organisasi Dakwah dalam Menghadapi Situasi Krisis. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 190–201.
- Setyanto, Y., & Anggarina, P. T. (2019). *Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Perusahaan dengan Media*.
- Silviani, I., Febriani Pardede, I., & Cardona Sembiring, D. (2020). Komunikasi Krisis Dalam New Normal. In *Agustus* (Vol. 9).
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif *dan R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta.
- Tahir, R., Yendri, O., Iswahyudi, S. M., Waty, E., Yudhanegara, F., Mukhtar, A., Sigamura, K. R., Akhmad, Haryadi, D., Hindrawati, N. E., Elshifa, A., Tato, A., Sumantri, & Hayati, N. (2023). *MANAJEMEN (Konsep, Prinsip, dan Aplikasi)* (Efitra & Sepriano, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ummah, H. A., Djuanda, G., Ahmad, D., Afriza Dana, S. E., Athalarik, M. F., Moekahar, F., NI Desak Made Santi Diwyarthi, Sukri, A., Arifudin, O., Ni Putu Sinta Dewi, Sri Ayu Rayhaniah, I Wayan Adi Pratama, & Daniel J I Kairupan. (2021). *Komunikasi Korporat Teori dan Praktis* (Aas Masrurah, Ed.). by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Widyastuti, A., & Ekoputro, W. (2023). Strategi Komunikasi Krisis Humas Pemkab Nganjuk Dalam Pemulihan Citra Pasca Kasus Korupsi. In *Agustus* (Vol. 2, Issue 2).