

Crisis Communication Strategy Of Pt. Pelabuhan Indonesia II (PERSERO) Branch Of Bengkulu During The Covid-19 Pandemic (Study On Land Dispute Cases)

Strategi Komunikasi Krisis PT Pelabuhan Indonesia II (PERSERO) Cabang Bengkulu Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Kasus Sengketa Lahan)

Intania Pitaloka¹ Sapta Sari², Indria³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ intaniapitaloka@gmail.com

How to Cite :

Pitaloka, I., Sari, S., Indria. (2021). Crisis Communication Strategy Of Pt. Pelabuhan Indonesia II (PERSERO) Branch Of Bengkulu During The Covid-19 Pandemic (study on land dispute cases). *Jurnal ISO*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v3i1>

ARTICLE HISTORY

Received [13 Maret 2023]

Revised [15 Mei 2022]

Accepted [09 Juni 2022]

KEYWORDS

Crisis Communication Strategy,
Land Dispute

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Krisis yang dilakukan PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu terkait permasalahan sengketa lahan dengan masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut teori yang dikemukakan (Kriyantono, 2015), hasil penelitian menunjukan beberapa langkah strategi komunikasi krisis PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu sudah dilaksanakan dengan baik yakni memiliki tim komunikasi internal dan eksternal untuk mengatasi permasalahan, mengkonfirmasi dan mengkontak pihak PWI terkait media yang memberitakan informasi bernada negatif, memberikan fakta kepada publik berupa hak kepemilikan lahan, melakukan konferensi pers dan menjawab pertanyaan dari media massa dengan tetap menerapkan protokol kesehatan ditengah pandemi covid-19, menjaga komunikasi reputasi dengan mengadakan kegiatan-kegiatan, memiliki sistem komunikasi satu arah yakni koordinasi antara divisi hukum dan pengendalian internal beserta divisi humas dan pelayananan pelanggan, menjaga komunikasi empati dengan selalu menggunakan gaya bahasa yang sopan dan tanpa menyebutkan nama asli oknum terkait, tidak menutupi informasi yang ada didalam perusahaan terkait permasalahan yang terjadi, juga berhati-hati dalam menyampaikan informasi kepada publik guna menjaga nama baik perusahaan, serta membuka saluran komunikasi kepada publik dengan menggunakan media massa, website dan call center yang tersedia diperusahaan.

ABSTRACT

This study aims to determine the Crisis Communication Strategy carried out by PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Branch of Bengkulu related to land disputes with the community. This research is a qualitative descriptive research that uses data collection by means of interviews, observation and documentation. According to the theory put forward (Kriyantono, 2015), the results of the study show that several steps in the crisis communication strategy of PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Branch of Bengkulu have been implemented well, namely having internal and external communication teams to resolve problems, confirm and contact PWI ((Indonesian Journalists Association) regarding media that reporting negative information, providing facts to the public in the form of land ownership rights, holding press conferences and answering questions from the mass media while still implementing health protocols in the midst of the covid-19 pandemic, maintaining reputational communication by holding activities, having a one-way communication system, namely coordination between the legal and internal control divisions as well as the public relations and customer service divisions, maintaining empathetic communication by always using a polite style of language and without mentioning the real names of the persons concerned, does not cover up information within the company related to the problems that occur, is also careful in conveying information to the public in order to maintain the good name of the company, and opens communication channels to the public using mass media, websites and call centers available in the company.

PENDAHULUAN

Komunikasi krisis merupakan sebuah upaya yang diambil organisasi/lembaga untuk mengatasi masalah yang muncul yang dapat berpotensi membawa efek buruk kedalam organisasi, strategi utama komunikasi krisis ini adalah menyelesaikan krisis secepat mungkin. Menurut Putra (1999), krisis adalah peristiwa besar yang tak terduga yang secara potensial berdampak negatif terhadap perusahaan maupun publik. Peristiwa ini mungkin secara cukup berarti akan memberi dampak buruk bagi organisasi, karyawan, produk, jasa yang dihasilkan, kondisi keuangan dan reputasi perusahaan, karena krisis berbeda dengan masalah sehari-hari dan seringkali menjadi minat publik dan juga media.

Setiap hari suatu organisasi tentu mengalami masalah. Namun, masalah-masalah tersebut tidak selalu mendatangkan krisis kepada organisasi. Ketika organisasi berada dalam situasi krisis, dialog antara manajemen dengan publiklah yang diperlukan untuk menangani krisis yang sedang melanda organisasi tersebut. Proses inilah yang dikenal dengan istilah komunikasi krisis. Pada tahun 2019 terjadi corona outbreak di Wuhan, China yang disebabkan oleh virus corona dan di awal tahun 2020 WHO menetapkan outbreak ini sebagai pandemic karena kasus yang terjadi sudah secara global, termasuk Indonesia. Di Indonesia sendiri virus corona ini tak hanya menguncang sektor kesehatan saja tetapi juga sektor pendidikan, sektor perekonomian dan lainnya. Pandemi ini bahkan memberikan dampak yang dapat dikatakan cukup menjadi sebuah kendala karena begitu banyak aktivitas fisik (tatap muka) bertemu langsung bersifat rutin yang dilazim dilakukan seperti di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu yang sering kali melakukan pertemuan meeting dengan konsumen, pertemuan forum, dsb menjadi sedikit terganggu atau bahkan tertunda.

Dalam hal ini peneliti menulis mengenai permasalahan sengketa lahan yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat yang mana krisis ini harus segera diselesaikan dengan strategi yang tepat agar dampak krisis tidak membawa banyak efek yang dapat mengganggu kinerja organisasi/lembaga. Selain itu, komunikasi krisis disini juga bertujuan untuk menjaga citra positif lembaga/organisasi. Pada saat pandemi ini berlangsung PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa fowkepelabuhan yang juga merupakan pintu gerbang perekonomian dikota Bengkulu, mengalami masalah krisis komunikasi terhadap publik yang disebabkan oleh konflik sengketa lahan disamping Kantor Pertamina Jalan Ir. Rustandi Kelurahan Sumber Jaya, warga yang mengarang dan membangun rumah disana beralasan jika lahan tersebut sudah terlantar selama berpuluh tahun. Terjadi pengamanan lahan dengan pemasangan pagar yang menuai kericuhan dan adu argument antara warga dan pihak petugas yang memasang pagar membuat berita begitu cepat tersebar di internet dan menuai tanggapan negatif publik terhadap PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu, hal inilah yang mengharuskan pihak perusahaan menggunakan strategi komunikasi krisis dan pada hal ini penulis menggunakan teori strategi komunikasi krisis menurut Kriyantono (2015) guna mengatasi permasalahan yang ada serta menjaga citra perusahaan yang baik dimata publik/masyarakat.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Krisis

Komunikasi merupakan point penting dalam setiap kegiatan kehumasan dalam menjaga citra positif lembaga/instansi terkait di mata masyarakat. Komunikasi yang tidak baik akan menimbulkan hubungan yang tidak baik pula antara humas lembaga/instansi dengan masyarakat. Sehingga pada saat adanya permasalahan mengenai kebijakan yang ditentang oleh masyarakat dan humas tidak bisa menangani dengan cepat maka bisa berkembang menjadi suatu krisis. Krisis sebagai proses di sampaikan G. Harrison (2005:11) ketika melakukan riset tentang strategi komunikasi sebagai dasar melaksanakan manajemen krisis, bahwa krisis merupakan suatu masa yang kritis berkaitan dengan suatu peristiwa yang kemungkinan pengaruhnya negatif terhadap organisasi. Karena itu, keputusan cepat dan tepat perlu dilakukan agar tidak memengaruhi keseluruhan operasional organisasi. Pengambilan keputusan pasti memerlukan pemrosesan informasi langkah berani untuk meminimalkan akibat yang tidak diinginkan. Sebuah krisis cenderung menjadi sebuah situasi yang menghasilkan efek negatif yang memengaruhi organisasi dan publiknya, produknya, dan reputasinya (Fearn-Banks, 2007; Mitroff, 2005 dalam Kriyantono 2015:198).

Krisis tidak dapat dihindari, tapi kemungkinan masih bisa dicegah. Untuk mengantisipasi dan menghindari dari dampak negatif dari krisis diperlukan manajemen krisis untuk mempersiapkan berbagai strategi dan taktik apa yang akan dilakukan untuk menangani suatu krisis tersebut. Prinsip pertama dalam manajemen krisis yaitu berorientasi pada keselamatan public, Public Relations juga menerapkan strategi komunikasi krisis yang dirancang dengan (1) mengurangi resiko muncul kepanikan public (2) mengurangi kekhawatiran yang dirasakan public (3) mengurangi spekulasi-spekulasi khususnya di awal-

awal krisis (4) melindungi perusahaan dari kritik-kritik spekulasi, yang biasanya muncul dari diskursus public di media massa (5) bersifat dapat dipercaya (accountability), keterbukaan (disclosure), dan komunikasi berbasis keseimbangan kepentingan (symmetrical communication) (6) didesain untuk meminimalkan kerusakan pada citra organisasi (Kriyantono, 2012:189)

Saluran Komunikasi

Semakin banyak saluran informasi maka penyediaan informasi juga bisa meluas dan mengontrol lingkungan demi keterbukaan dan terjalannya komunikasi dua arah yang memungkinkan public memberikan umpan balik. Saluran komunikasi ini berupa: (Kriyantono 2012:193) :

- Saluran tatap muka langsung, seperti membuka pusat informasi dalam sebuah crisis center, yaitu siap 24 jam untuk menyediakan dan mem-follow up informasi dari public. Tempat ini juga dapat dijadikan tempat konferensi pers untuk menyediakan informasi bagi media.
- Saluran media massa, yaitu menyediakan informasi kepada wartawan surat kabar, radio atau televisi (misalnya, press release, backgrounder, fact-sheets atau press tour).
- Media nirmasa mencakup surat menyurat, intranet, selebaran-selebaran, majalah internal atau majalah dinding.
- Media online untuk media online ini terdapat beberapa istilah lain, seperti media alternative atau Computer-Mediated Communication (CMC). Saat ini pun, dikenal istilah baru seperti microblogging-mediated communications, yaitu bentuk baru dari kegiatan komunikasi di mana pengguna dapat mendeskripsikan opininya secara singkat dan didistribusikan dengan menggunakan pesan-pesan instan seperti mobile phone, email, web, facebook atau twitter. Media sosial ini memiliki dua fungsi bagi aktivitas public relations : (1) sumber informasi atau isu-isu dan opini public; (2) sebagai alat untuk mengontrol informasi melalui penyediaan informasi yang factual, up to date, terbuka dan resiprokal.

Pandemi Covid 19 di Indonesia

Virus Corona atau severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut COVID-19 yang bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) atau lebih dikenal dengan nama virus Corona ini merupakan jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia. Virus ini bisa menyerang siapa saja, mulai dari lansia (golongan usia lanjut), orang dewasa, anak-anak, dan bayi, termasuk ibu hamil dan ibu menyusui (dr. Merry Dame Cristy Pane, Januari 2011).

Infeksi virus Corona atau sering disebut dengan COVID-19 (Corona Virus Disease 2019) dan pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan telah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia yang merupakan salah satu negara yang terjangkit Covid-19 dengan kasus pertama terjadi pada tanggal 2 Maret 2020 hingga data terakhir 22 April 2020 sebanyak 7.418 terkonfirmasi positif Covid-19 (Gloria, 22 April 2020, www.kompas.com).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan memberikan gambaran secara jelas suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah yang diteliti (Prastowo, 2010:30) khususnya tentang Komunikasi krisis di era pandemi covid 19 di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu (studi pada kasus sengketa lahan). Informan yang dilibatkan merupakan orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang (Koentjaraningrat, 1991:69).

Dalam penelitian ini data-data yang diperoleh berdasarkan sumbernya dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari informan dengan cara wawancara maupun pengamatan secara langsung sedangkan data sekunder merupakan data yang bersumber dari dokumen-dokumen arsip tertentu yang berhubungan dengan penelitian (Koentjaraningrat, 1991:37). Data yang telah dikumpulkan akan dianalisa secara kualitatif yakni data yang diperoleh akan dianalisis dalam bentuk kata-kata lisan maupun tulisan dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari obyek penelitian. Serta hasil-hasil penelitian baik dari hasil studi

lapangan maupun studi literature untuk kemudian memperjelas gambaran hasil penelitian (Sugiyono, 2008:88). Prosedur dan analisa data dilakukan dengan berbagai tahapan yang meliputi : data reduction (reduksi data), data display (penyajian data). Data yang telah direduksi kemudian disajikan

dalam bentuk uraian negatif sehingga data tersebut benar-benar dipahami dan conclusion drawing (penarikan kesimpulan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengkaji Strategi Komunikasi Krisis PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu dimasa Pandemi Covid-19 (studi pada kasus sengketa lahan) dalam menangani komunikasi krisis yang terjadi tentunya harus didukung oleh strategi-strategi yang ada diperusahaan guna menjaga nama baik PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu dimana disini peneliti menggunakan teori strategi komunikasi krisis menurut Kriyantono (2015).

Dari hasil penelitan, dapat peneliti simpulkan bahwa usaha yang dilakukan oleh PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu yakni :

Punya Tim Komunikasi

Johnson and Johnson's (2000) mengartikan sebuah tim adalah seperangkat struktur hubungan interpersonal untuk mencapai tujuan, sementara itu Henderson (2002) mengartikan sebuah tim sebagai sekelompok orang yang bekerja bersama dimana kesuksesan dari setiap individu bergantung pada kesuksesan dari keseluruhan kelompok. Perencanaan dalam komunikasi krisis harus melakukan koordinasi yang sejalan dan sesuai dengan pembagian kerja masing-masing dan pada hal ini PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu melaksanakan salah satu strategi komunikasi krisis yang ada, dengan menyiapkan tim dalam menangani masalah yang terjadi terkait sengketa lahan dengan masyarakat yang menempati lahan di Jl Ir. Rustandi Kelurahan Sumber Jaya.

Tim komunikasi PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu yang ada pada permasalahan lahan ini terdiri dari tim internal dan eksternal, tim internal terdiri dari berkoordinasinya Divisi Hukum dan Pengendalian Internal (HPI) dalam hal ini diwakili oleh Bapak Oka Sudarsono selaku DGM serta Divisi Humas dan Pelayanan pelanggan oleh Bapak Febri Prabowo selaku Supervisor dan Bapak Ida Bagus Arindra Dirasthya selaku admin pelaksana tugas humas dan pelayanan pelanggan. Sedangkan tim eksternal perusahaan yakni Badan Pertanahan Nasional atau Agraria, Aparat Penegak Hukum, Pemerintah Daerah dan juga Kesyahbandaran Otoritas Pelabuhan.

Kontak Media Massa

Menurut Hafied Cangara Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Pemberian informasi dilakukan secara bertahap sesuai dengan perkembangan agar informasi yang diberikan kepada publik selalu up to date dan publik tidak kekurangan informasi seputar krisis.

Dalam hal ini PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu telah mengambil langkah dengan mengecek terlebih dahulu media massa yang memberitakan informasi yang bernada negatif dengan menghubungi PWI apakah media tersebut termasuk dalam anggotanya atau tidak.

Setelah mengecek pemberitaan yang keluar dimedia massa dan mengkonfirmasi kepihak PWI, PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu menjadwalkan wawancara atau konferensi pers dengan rekan-rekan media guna menyampaikan informasi yang sebenarnya sesuai dengan fakta yang perusahaan miliki, serta membuka komunikasi dengan perangkat pemerintah setempat seperti kekelurahan kekecamatan untuk meluruskan bahwa berita ini tidak dapat dipertanggung jawabkan dan tidak bisa dibenarkan.

Fakta-Fakta

Fakta adalah hal, keadaan, atau peristiwa yang benar-benar ada atau benar-benar terjadi (Kosasih, 2007: 4). Selain itu, fakta ialah segala sesuatu yang tertangkap oleh indra manusia atau data keadaan nyata yang terbukti dan telah menjadi suatu kenyataan. Fakta dapat juga berarti apa yang ada, yang dapat dilihat, disaksikan atau dirasakan sesuatu perbuatan yang dilakukan oleh suatu peristiwa yang terjadi. Fakta selalu benar karena menyatakan apa adanya. Oleh karena itu, setiap orang akan memiliki kesamaan dalam pengamatan fakta.

Dalam hal ini Strategi PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dengan mengumpulkan fakta untuk membuat pernyataan kepada publik guna menepis pemberitaan bernada negatif dimedia massa, fakta-fakta inilah yang menjadi kunci kuat dalam mempertahankan lahan yang dikelola oleh PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu tersebut.

Bukti yang dimiliki perusahaan yakni dokumen-dokumen penting terkait permasalahan yang ada seperti Sertifikat Hak Pengelolaan Lahan (HPL) dengan nomor 1/BU/1979 tertanggal 22 November 1979 dan telah diperbarui dengan Sertifikat Nomor 00002 tahun 2009 tanggal 09 Desember tahun 2009, RIP atau Rencana Induk Pelabuhan terus ada lagi notulensi-notulensi rapat-rapat mediasi pembahasan tim-tim penyelesaian sengketa lahan dan lain-lain, pihak perusahaan menghadirkan fakta-fakta yang teruji kebenarannya lalu melanjutkan langkah selanjutnya dengan membuat press release dari dokumen-dokumen yang ada untuk menjadwalkan wawancara atau press conference dengan awak media.

Konferensi Pers Berkala

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya public relations, konferensi pers atau press conference sebuah pertemuan para jurnalis yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah hangat dibicarakan. Sedangkan menurut Press Conference atau konferensi pers, temu pers atau jumpa pers yaitu diberikan secara stimulant atau berbarengan dengan seorang pejabat, pemerintah atau swasta kepada sekelompok wartawan. Sarat utama dalam sebuah konferensi pers adalah berita yang disampaikan kepada wartawan sangat penting. (Amar, 1984:51), Hal ini bertujuan untuk mewujudkan keinginan pemrakarsa untuk menyampaikan pernyataan atau informasi oleh organisasi atau individu dengan mengundang media massa agar datang dan meliput dengan harapan berita akan disiarkan seluas-luasnya. Publikasi informasi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran.

Dalam hal ini pihak PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) telah melakukan kegiatan konferensi pers guna mengupdate informasi sehingga tidak muncul kekurangan informasi publik serta megonter berita-berita atau publisitas negative dimedia terkait masalah sengketa lahan yang terjadi dengan masyarakat.

Pihak perusahaan yakni koordinasi divisi komersial pada sub bagian humas dan pelayanan pelanggan serta divisi hukum dan pengendalian internal, yang dalam hal ini bertugas untuk menangani permasalahan terkait sengketa lahan yang terjadi dengan masyarakat, telah melaksanakan kegiatan konferensi pers yang diadakan di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu serta konferensi pers yang bersifat on the spot informasi-informasi ini diberikan kepada media massa guna menepis pemberitaan yang tidak benar adanya.

Konferensi pers dalam hal ini yang bertindak sebagai juru bicara yakni bapak Oka Sudarsono, ia memberikan informasi-informasi berdasarkan fakta kepada media-media yang PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu miliki yakni dokumen kepemilikan Sertifikat Hak Pengelolaan Lahan (HPL) dengan nomor 1/BU/1979 tertanggal 22 November 1979 dan telah diperbarui dengan Sertifikat Nomor 00002 tahun 2009 tanggal 09 Desember tahun 2009.

Konferensi pers ini dilakukan perusahaan dengan tetap menerapkan protocol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah karena yang diketahui bersama masalah yang terjadi ini ditengah wabah yang sedang melanda Indonesia terutama di Kota Bengkulu. Pihak perusahaan membatasi masyarakat dan awak media yang mengikuti kegiatan mediasi didalam ruangan yang dilakukan didalam perusahaan dengan beberapa perwakilan saja agar menekan penyebaran wabah Covid-19.

Tidak menutupi informasi

Gordon B. Davis (1991: 28), informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang. Sedangkan menurut Jogiyanto HM., (1999: 692), informasi adalah hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian – kejadian (event) yang nyata (fact) yang digunakan untuk pengambilan keputusan.

Tidak menutup-nutupi informasi atau yang sering dikenal dengan kata “keterbukaan” berasal dari kata dasar terbuka yang berarti suatu kondisi yang di dalamnya tidak terdapat suatu rahasia, mau menerima sesuatu dari luar dirinya, dan mau berkomunikasi dengan lingkungan di luar dirinya. Adapun keterbukaan dapat diartikan sebagai suatu sikap dan perasaan untuk selalu bertoleransi serta mengungkapkan kata-kata dengan sejujurnya sebagai landasan untuk berkomunikasi. Dengan demikian, keterbukaan berkaitan erat dengan komunikasi dan hubungan antarmanusia.

Dalam hal ini terdapat kesamaan pada jawaban terkait teori ini dengan teori yang lain yang mana hal ini telah disampaikan informan-informan pada point teori ke tiga yaitu penyampaian fakta-fakta, pihak perusahaan tidak menutup informasi dikarenakan memang bukti-bukti keabsahan kepemilikan lahan nyata adanya, ada hak kelola yang dimiliki oleh PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu dengan melampirkan nomor sertifikat yang sah sesuai hukum pada Badan Pertanahan Nasional (BPN).

Hati-hati Menyampaikan Informasi

Penyampaian informasi dengan baik sampai semua yang dimiliki benar-benar mempunyai fakta yang valid. Menyampaikan informasi ini dilakukan dengan berhati-hati dan tidak terburu-buru, hal ini bertujuan agar mengurangi dampak negatif bagi perusahaan. Terkait prinsip yang berkenaan dengan

mengutamakan kepentingan publik serta rasa simpati/empati yang dilakukan oleh PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu.

Pihak perusahaan dalam hal ini menyampaikan informasi dengan hati-hati yang mana hal ini ada pula pada point teori Komunikasi Empati, dengan selalu menggunakan gaya bahasa diplomatis dan menyebut masyarakat / oknum-oknum terkait permasalahan lahan tersebut dengan sebutan saudara-saudara pada saat mediasi berlangsung dan juga pada press release yang dibuat untuk menyebarkan informasi dari perusahaan keluar media Komunikasi Reputasi

Reputasi adalah sebuah konsep dalam public relations (PR) yang sulit didefinisikan secara tegas. Reputasi adalah intangible asset yang sulit diukur dan dijelaskan keberadaannya karena reputasi bukan sebuah produk yang dapat dilihat. Menurut Afdhal, dalam jurnal Roy Marthin Tarigan reputasi perusahaan adalah asset yang tidak nyata (intangible asset). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tandatanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat. Bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen.

Dalam hal ini PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu, dengan secara berkala menyediakan dan menyebarkan informasi tentang apa yang telah, sedang, dan akan dilakukan organisasi. Dalam hal ini pihak perusahaan mengadakan media office visit yakni berkunjung ke kantor rekan-rekan media, melakukan kegiatan port visit dimana pihak perusahaan mengundang awak-awak media ke kantor serta mengadakan stakeholder coffe morning dimana perusahaan mengundang maritime terkait pelabuhan yang ada didalam pelabuhan serta mengundang pelanggan-pelanggan diacara tersebut untuk membahas perkembangan apa yang ada dipelabuhan serta membahas pula isu—isu terkait dipelabuhan.

Satu Suara

Komunikasi satu arah ini merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak, yaitu hanya dari pihak komunikator yang memberikan informasi tersebut kepada publik. Menurut Gerald R. Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”. dalam hal ini dimaksudkan untuk menyampaikan informasi yang sedang terjadi di perusahaan kepada publik.

Dalam hal ini sistem komunikasi yang ada di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu yaitu sistem komunikasi satu arah atau one get communication dimana terkait permasalahan lahan yang terjadi ditengah wabah pandemi yang terjadi, semua informasi publik yang keluar dari perusahaan berasal dari satu sumber yaitu Bapak Oka sebagai Deputy General Manager Hukum dan Pengendalian Intenal selaku narasumber/juru bicara yang mewakili perusahaan tetapi tetap disupport terkait data-data dan press release dari bagian komersial lebih tepatnya dibagian Sub bagian humas dan pelayanan pelanggan, jadi dari humas mempersiapkan bahan, menjadwalkan media, menjadwalkan pertemuan dengan instansi terkait sehingga narasumber/juru kunci merasa nyaman dan lebih mudah dalam penyampaian informasi publiknya.

Komunikasi Empati

Menurut Zoll dan Enz (2012) empati dapat diartikan sebagai kemampuan dan kecenderungan seseorang “observer” untuk memahami apa yang orang lain “target” pikirkan dan rasakan pada situasi tertentu. Sedangkan Thomas F. Mader dan Diane C Mader (1990) berpendapat bahwa empati adalah kemampuan seseorang untuk berbagi perasaan yang dilandasi oleh rasa kepedulian. Kehidupan manusia tidak terlepas dari konteks sosial sehingga menuntut kita untuk memiliki kemampuan berkomunikasi agar dapat menjalin relasi yang baik dengan berbagai orang. Hal ini terutama dilakukan agar mendapat manfaat bagi diri sendiri dan juga orang lain.

Komunikasi empati yang dibangun PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu disini dengan menggunakan gaya bahasa diplomatis dengan masyarakat terkait permasalahan sengketa lahan yang terjadi di Jl Ir. Rustandi Kelurahan Sumber Jaya Pulau Baii Bengkulu. Masyarakat dan oknum-oknum terkait permasalahan tersebut disebut dengan menggunakan penyebutan kata mereka menjadi “saudara-saudara” tanpa menyebutkan nama untuk memperhalus penyebutan guna menghargai pihak yang bersebrangan dengan perusahaan.

Pihak perusahaan juga menghimbau kepada publik / masyarakat luas untuk tidak ikut-ikutan dalam aksi atau tindakan penyerobotan lahan diwilayah PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu karena itu sudah jelas perbuatan yang salah. Himbauan ini dilakukan dengan seruan langsung ditempat terjadinya permasalahan sengketa lahan tersebut yakni di Jl Ir. Rustandi Kelurahan Sumber Jaya Pulau

Baii Bengkulu dan juga menggunakan surat yang dikirimkan kepada oknum terkait beserta Press Release yang dibuat oleh perusahaan.

Banyak Saluran Komunikasi

Saluran media massa adalah segala bentuk media massa (media cetak, media elektronik, dan multi media) yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Saluran komunikasi atau media yang digunakan adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Saluran komunikasi ada beberapa macam bentuknya, baik dalam media komunikasi antarpribadi maupun komunikasi massa dan dengan menggunakan saluran komunikasi umpan balik dari informasi atau pengaduan yang diperlakukan dan diajukan oleh masyarakat bisa dijawab melalui media atau saluran komunikasi (Suwanto, 2004).

Dalam hal ini PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu melaksanakan strategi yang ada terkait teori ada tidaknya Saluran Komunikasi, pihak perusahaan PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu menyediakan informasi call center dengan nomor kantor yang tersedia, website, media sosial (facebook, twitter dan instagram) menyediakan pula informasi kepada awak media dengan menggunakan press release yang sebelumnya sudah disiapkan oleh pihak divisi komersial sub bagian humas dan pelayanan pelanggan untuk diberikan kepada narasumber guna menjawab pertanyaan dan sebagai pernyataan yang telah tersedia fakta didalamnya, hal tersebut disampaikan pada saat konferensi pers berlangsung guna menepis pemberitaan negative yang muncul ditengah publik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Punya Tim Komunikasi, Memiliki tim internal yakni divisi hukum dan humas dan juga eksternal yakni BPN dan instansi terkait. 2) Kontak Media Massa, Perusahaan telah mengonfirmasi ke PWI, juga menjadwalkan konferensi pers dengan rekan media guna menyampaikan kebenaran sesuai fakta yang dimiliki. 3) Fakta-Fakta, Pemberian fakta kepada publik terkait hak pengelolaan lahan dengan surat-surat yang dimiliki. 4) Konferensi pers berkala, Pihak perusahaan telah melakukan konferensi pers kepada awak media dengan kegiatan mediasi yang diadakan dikantor ataupun menjawab pertanyaan media secara on the spot pada kesempatan yang melibatkan pertemuan antar media dan perusahaan pada permasalahan lahan tersebut. 5) Komunikasi Reputasi, Pihak perusahaan melakukan kegiatan media office visit yakni berkunjung kekantor rekan-rekan media dan melakukan kegiatan port visit dimana pihak perusahaan mengundang awak-awak media kekantor serta mengadakan stakeholder coffe morning. 6) Satu Suara, Pihak perusahaan menggunakan sistem komunikasi satu arah yakni koordinasi internal antara Divisi hukum dan pengendalian internal bersama Divisi komersial pada Sub bagian humas dan pelayanan pelanggan. 7) Komunikasi Empati, Pihak perusahaan membangun komunikasi empati dengan menggunakan gaya bahasa yang diplomatis dan tanpa menyebutkan nama oknum-oknum terkait permasalahan yang terjadi. 8) Tidak menutupi informasi, Dengan menyampaikan informasi-informasi sesuai kenyataan yang ada yakni hak kepemilikan lahan dan juga menjawab keluhan dimedia dengan mengadakan mediasi guna menyelesaikan permasalahan tersebut. 9) Hati-hati menyampaikan informasi, Pihak perusahaan menyampaikan informasi dengan selalu mengedepankan menjaga nama baik para oknum terkait dan menyampaikan informasi yang keluar sesuai dengan bukti data-data yang mereka miliki. 10) Banyak saluran komunikasi, Pihak perusahaan menyediakan informasi call center dengan nomor kantor yang tersedia, menyediakan pula informasi kepada awak media dengan menggunakan press release yang sebelumnya sudah disiapkan oleh pihak divisi komersial sub bagian humas dan pelayanan pelanggan untuk diberikan kepada narasumber guna menjawab pertanyaan dan sebagai pernyataan yang telah tersedia fakta didalamnya.

Saran

1. Mensosialisasikan peran dan fungsi PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu lebih luas lagi tekhusus dimedia massa televisi guna memberikan informasi kemasyarakat / publik agar dapat mendukung terealisasinya kemajuan pelabuhan, karena pelabuhan ini merupakan pintu gerbang utama dalam memajukan perekonomian di Kota Bengkulu.
2. PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu dalam melakukan strategi komunikasi untuk dapat lebih memperbanyak kegiatan-kegiatan sosial, publikasi mengenai kegiatan dan rencana yang ada di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu dan pula menjalin hubungan baik dengan perss dalam hal memperkenalkan progam atau jenis pelayanan yang baru sehingga dapat dikenal luas dan diterima baik oleh khalayak agar dapat mempertahankan citra positif yang sudah ada di PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agesty Sabreyna RM dan R. Bambang Moertijoso. Strategi media relations Humas PT. PELABUHAN INDONESIA III Dalam Handling Crisis Pemberitaan. Jurnal Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura Vo. IX. No. 1, Maret 2015
- Azizah, Marjania Ayu. 2018. Strategi Komunikasi Krisis Kfc di Media Sosial .Magister Manajemen Bisnis Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor
- Butterick, Keith. 2012. Pengantar Public Relations : Teori dan Praktik. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Coombs, W.T., 2011. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage.
- Dirasthya, Ida Bagus Arindra. 2020. Pengaruh The Big Five Personality Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Work Engagement Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan PT Pelindo II Bengkulu. Tesis. Bengkulu: Universitas Bengkulu.
- Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT.Remaja Rpsdakary., 1999
- Koenjaraningrat. 1976. Metode Penelitian Masyarakat. Yogyakarta: Gajahmada University Press
- Kriyantono, Rachmat. 2012. Public Relations & Crisis Management (Pendekatan Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif). Jakarta: Kencana
- Merry Dame Cristy Pane, 2021. Corona virus/savere acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2).<https://www.alodokter.com/virus-corona>. Diakses pada 25 Februari 2012 pukul 19.35.
- Musriadi. 2020. Pemagaran lahan Pelindo di Bengkulu diwarnai ricuh, <https://www.google.com/amp/s/bengkulu.antaraneews.com/amp/berita/134144/pemagaran-lahan-pelindo-dibengkulu-diwarnai-ricuh>. diakses pada pukul 7 Maret 2021 Pukul 20.34.
- Nova, F. 2009. In Crisis Public Relations (Bagaimana PR menangani krisis). Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. Manajemen Hubungan Masyarakat. Yogyakarta: Universitas Atmajay
- Roki, EP. 2020. Diserobot, Pemagaran Lahan Pelindo Diwarnai Kericuhan, <https://m.rri.co.id/bengkulu/1631-hukum-dan-kriminal/929095/diserobot-pemagaran-lahan-pelindo-diwarnai-kericuhan>. diakses pada pukul 28 Februari 2021 Pukul 22.41.
- Rosady Ruslan (2008). Public Relations & Komunikasi : Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Salma, Aqida Nuril. 2018. Strategi komunikasi krisis di era digital : penggunaan internet dari sebelum hingga sesudah krisis. Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada Vol. 22 No.1 Juni 2018: 19-36
- Setyvani, Putri Gloria. 2020. Update Corona virus 27 April, <http://www.google.com/amp/s/amp/kompas.com/sains/read/2020/04/27/092529123/update-corona-27-april-3-juta-orang-terinfeksi-882909-semuh>, diakses pada 25 Februari 2021 pukul 20.20.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Widiastuti, Nela. 2020. Strategi Komunikasi Krisis Umkm Di Tengah Pandemi. Universitas Adhirajasa Reswawa Sanjaya (ARS University) Bandung.
- Widjaja A.W. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Widjaja, H.A.W. 2002. Komunikasi : Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Wijaya, Callistasia. 2020. Psbb Jakarta mulai 10 april selama dua minggu, namun pakar menyebut hasil efektif satu bulan untuk tekan Covid-19, <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-52194441>. diakses pada 25 Februari 2021 pukul 20.25.
- Zie. 2020. Tanah Pelindo Diserobot, saat dipagar diprotes warga, <https://rakyatbengkulu.com/2020/11/13/tanah-pelindo-diserobot-saat-dipagar-dipotes-warga/>. diakses pada pukul 28 Februari 2021 pukul 22.12.