

Strategi Humas dalam Menangani Krisis Perusahaan di PT. Air Manado (Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Mahakeret Barat Manado).

Oleh:

Natasha Valencia Magrie Loing

Meity D. Himpong

Edmon R. Kalesaran

Email: natashaloing1997@gmail.com

Abstrak

PT. Air Manado merupakan merupakan satu-satunya perusahaan yang bergerak dalam memasok air bersih di Sulawesi Utara khususnya di kota Manado. Sebagian besar masyarakat Manado memakai atau membeli air bersih di perusahaan ini, Sampai saat ini perusahaan tersebut merupakan satu-satunya public yang memasok air bersih di Kota Manado. Pengoperasian perusahaan air ini banyak dihadapi dengan berbagai dan beragam kendala, mulai dari air yang keruh yang sulit untuk diolah, pompa rusak, cuaca ekstreme, dan kebocoran pipa. Hal-hal tersebut mengakibatkan pengoperasian air bersih ini terganggu sehingga kebutuhan yang seharusnya untuk masyarakat tidak dipenuhi dan mengakibatkan susah air bersih untuk dijalankan atau dialiri. Dari sekian banyaknya pengguna air bersih PT. Air Manado masyarakat kelurahan Mahakeret Barat ikut merasakan susah air bersih jika pengoperasian perusahaan menghadapi berbagai macam kendala. Oleh karena itu dengan adanya hal-hal tersebut masyarakat yang ada di kelurahan Mahakeret Barat mengajukan keluhan perihal tidak adanya pemasokan air bersih. Dan Tugas humas yang merupakan jembatan atau mediator bagi masyarakat dan perusahaan, maka dari itu humas harus memiliki strategi komunikasi yang sistematis untuk menangani keluhan, agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. 4 Model prinsip strategi Humas M. Cutlip & Allen H. Centre: 1. *Fact Finding* (Pencarian Fakta), 2. *Planning* (Perencanaan), 3. *Action & Communication* (Aksi dan Komunikasi), 4. *Evaluating* (Evaluasi). Dari hasil penelitian PT. Air Manado dalam menangani krisis keluhan menggunakan 4 model prinsip Cutlip & Centre dan disetiap model tersebut mempunyai strateginya masing-masing dan di dalam masing-masing strategi mempunyai kelemahan serta kelebihan.

Kata Kunci: Strategi, Krisis, Humas.

***Public Relations Strategy in Handling Corporate Crisis at PT. Air Manado
(Case Study on the Community of West Mahakeret Village, Manado).***

By:

Natasha Valencia Magrie Loing

Meity D. Himpong

Edmon R. Kalesar

Email: natashaloing1997@gmail.com

Abstract

PT. Air Manado is the only company engaged in the supply of clean water in North Sulawesi, especially in the city of Manado. Most of the people of Manado use or buy clean water at this company. Until now, this company is the only public company that supplies clean water in Manado City. The operation of this water company is faced with various and various obstacles, ranging from turbid water that is difficult to treat, damaged pumps, extreme weather, and pipe leaks. These things have resulted in the operation of clean water being disrupted so that the supposed needs of the community are not fulfilled and have resulted in difficulty for clean water to be run or flowed. Of the many clean water users, PT. Air Manado, the people of West Mahakeret sub-district also feel the difficulty of clean water if the company's operations face various obstacles. Therefore, with these things, the people in the Mahakeret Barat sub-district filed a complaint regarding the absence of clean water supply. And the task of public relations is a bridge or mediator for society and companies, therefore public relations must have a systematic communication strategy to handle complaints, so that the message conveyed does not cause misunderstanding. The method used in this research is a qualitative method. Qualitative methods are used to obtain in-depth data, a data that contains meaning. 4 Model principles of PR strategy M. Cutlip & Allen H. Center: 1. Fact Finding, 2. Planning, 3. Action & Communication, 4. Evaluating. From the research results of PT. Air Manado in dealing with a complaint crisis uses 4 models of the Cutlip & Center principles and each of these models has its own strategy and in each strategy has its weaknesses and strengths.

Keywords: Strategy, Crisis, Public Relations

PENDAHULUAN

Perusahaan-perusahaan besar mau pun kecil, profit maupun non-profit tidak terlepas dari Public Relations atau Humas. Humas sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan. Pada dasarnya Public Relations berperan dalam membangun hubungan baik dengan publiknya, dengan harapan terciptanya citra yang positif terhadap perusahaan. Humas secara umum adalah salah satu bagian dari organisasi yang berfungsi untuk melakukan interaksi, hubungan, dan kerjasama dengan masyarakat yang terkait dengan organisasi tersebut. Dalam sebuah perusahaan humas nantinya akan membantu memberikan informasi, membangkitkan ketertarikan masyarakat, merencanakan strategi untuk meraih simpati hingga membuat masyarakat mengerti dalam situasi tertentu.

PT. Air Manado merupakan perusahaan satu-satunya perusahaan yang bergerak dalam pemasokan air bersih di Sulawesi Utara khususnya di kota Manado. Sebagian besar masyarakat Manado memakai atau membeli air bersih di perusahaan ini,

Sampai saat ini perusahaan tersebut merupakan satu-satunya public yang memasok air bersih di Kota Manado.

Pengoperasian perusahaan air ini banyak dihadapi dengan berbagai dan beragam kendala, mulai dari air yang keruh yang sulit untuk diolah, pompa rusak, cuaca ekstreme, dan kebocoran pipa. Hal-hal tersebut mengakibatkan pengoperasian air bersih ini terganggu sehingga kebutuhan yang seharusnya untuk masyarakat tidak dipenuhi. Dari sekian banyaknya pengguna air bersih PT. Air Manado kelurahan Mahakeret Barat ikut merasakan susah air bersih jika pengoperasian perusahaan menghadapi berbagai macam kendala. Kebutuhan akan air bersih masyarakat Kelurahan Mahakeret Barat sering kali tidak dipenuhi oleh PT. Air Manado yang dimana ketika masyarakat ingin mengakses air bersih yang telah dikenakan biaya perbulan tapi penggunaannya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maupun dengan tanggungan biaya yang dikenakan.

Dari observasi peneliti sering kali PAM hanya menjalankan air selama beberapa jam saja yang menurut masyarakat beberapa jam saja tidak

cukup untuk menampung air dan tidak cukup untuk memenuhi kegiatan sehari-hari seperti mencuci pakaian, mandi dan lain sebagainya. Sering kali juga dalam satu minggu hampir 3 hari penuh air mati, bahkan pada salah satu masyarakat sudah 3 bulan air dirumah mereka tidak dijalankan air bersih oleh PAM. Oleh karena itu dengan adanya hal-hal tersebut masyarakat yang ada di Kelurahan Mahakeret Barat mengajukan keluhan perihal tidak adanya pemasokan air bersih.

Complain atau keluhan merupakan bentuk komunikasi yang didalamnya terdapat informasi tentang ketidaksesuaian yang dirasakan pihak yang menerima sebuah jasa atau produk. Keluhan yang dikeluhkan oleh masyarakat Kelurahan Mahakeret Barat ke PT. Air Manado ini merupakan sebuah krisis bagi perusahaan terkait yang dimana krisis perusahaan merupakan peristiwa yang mengarah pada situasi tidak stabil dan mengkhawatirkan yang dapat mempengaruhi instansi dan atau perusahaan.

PT. Air Manado dipilih sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut memiliki Humas yang

bertugas untuk mengatasi keluhan-keluhan yang ada. Dengan adanya sedikit pembahasan diatas, maka perlu dibahas lebih lanjut tentang strategi humas dalam menganani keluhan pada perusahaan PT. Air Manado. Berdasarkan pemikiran diatas inilah maka peneliti dalam penulisan tugas akhir ini mengemukakan judul “Strategi Humas dalam menangani krisis perusahaan di PT. Air Manado (Studi kasus pada masyarakat Kelurahan Mahakeret Barat, Manado)”

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Strategi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional. Dalam buku *Effective Public Relations* “strategi adalah penggerak dalam setiap bisnis organisasi. Strategi adalah kekuatan intelektual yang membantu mengorganisir, memprioritaskan dan

memberi energi terhadap apa-apa yang mereka lakukan. Tanpa strategi tidak ada energi. Tanpa strategi, tak adapengaruh

Public Relations

Edward Louis Bernays (The founding Father of Public Relations) mendefinisikan PR sebagai *inducing the public to have understanding for and good will* (membujuk public untuk memiliki pengertian yang mendukung serta memiliki niat baik)

The British Institute of Public Relations mendefinisikan Public Relations pada dua hal (Rossady Ruslan, 2014):

1. *Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics* (Aktivitas Public Relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya)
2. *Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public* (Public Relations adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun menjaga saling

pengertian antara organisasi dan publiknya)

Strategi Humas

Pengertian strategi *Public Relations* Menurut Ahmad S. Adnanputra, Presiden Institut Bisnis dan manajemen Jayakarta (Ruslan, 2014) “Alternatif optional yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana public relations (*public relations plan*). Dari perspektif yang berbeda PR sebagai fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi guna melahirkan pemahaman dan penerimaan public (Kasali, 2003)

Krisis

Devlin (Kriyantono, 2015) mendefinisikan krisis sebagai “*an unstable time for an organization, with a distinct possibility for an undesirable outcome*”, yang dapat diartikan sebagai sebuah situasi yang tidak stabil dengan berbagai kemungkinan menghasilkan dampak yang tidak diinginkan. Dari definsi diatas dapat diartikan bahwa jika organisasi mengalami suat krisis, maka prosedue-prosedur normal tidak

dapat berjalan dengan baik yang menyebabkan ketidak stabilan

Model Prinsip Strategi Humas (M. Cutlip & Allen H. Centre)

1. *Fact Finding*, pencarian fakta-fakta atau data-data yang relevan sebelum melakukan suatu tindakan atau kegiatan. Pada tahapan ini dilakukan penemuan fakta dilapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi public dengan kebijaksanaan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.
2. *Planning*, agar dapat menghindari kegagalan dalam melaksanakan tugasnya seorang humas harus memiliki perencanaan yang baik. Tahapan perencanaan dan penyusunan merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan public.
3. Tahap ini adalah tahap komunikasi atau pelaksanaan kegiatan. Agar dalam pelaksanaanya diperoleh hasil yang diharapkan maka

prinsip-prinsip dalam komunikasi perlu diperhatikan. Agar proses komunikasi dapat berjalan dengan baik, maka beberapa hal perlu diperhatikan yaitu kredibilitas, keterkaitan, isi, kejelasan, keberlanjutan dan konstistensi, saluran/media dan kemampuan khalayak.

4. *Evaluating*, mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Tempat Penelitian

Tempat penelitian yaitu PT. Air Manado beralamat di Jl. Yos

Sudarso No.65, Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara.

Informan Penelitian

Dalam hal ini yang menjadi informan penelitian yaitu 6 informan dengan rincian sebagai berikut: 2 orang informan dari pihak PT. Air Manado yaitu Humas, staf Humas, dan Pegawai, serta 4 orang informan dari Kelurahan Mahakeret Barat yang mewakili masyarakat yang mengajukan keluhan. Dengan begitu jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 6 informan.

Fokus Penelitian

Yang akan menjadi focus penelitian ialah 4 prinsip dasar Strategi Public Relation menurut Cutlip dan Centre yaitu:

1. *Fact Finding*
2. *Planning*
3. *Action & Communication*
4. *Evaluating*

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dalam mengumpulkan informasi ada 3 yaitu:

1. Observasi
2. Wawancara

3. Dokumentasi

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Kegiatan *fact finding* (pencarian fakta) PT. Air Manado dalam menangani krisis keluhan masyarakat

Fact Finding, pencarian fakta-fakta atau data-data yang relevan sebelum melakukan suatu tindakan atau kegiatan. Pada tahapan ini dilakukan penemuan fakta dilapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi public dengan kebijaksanaan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan hasil penelitian PT. Air Manado sangat mengetahui semua keluhan dari masyarakat mengenai air mati atau tidak jalan. Keluhan-keluhan dapat dengan gampang diketahui karena masyarakat sangat aktif dalam memberikan pendapat ataupun

keluhan mereka dalam berbagai media ada yang menelepon ke nomor hotline, ada yang memberikan keluhan lewat media social dan ada yang memang secara langsung memberitahukan keluhan-keluhan mereka kepada para pegawai PT. Air Manado. Berdasarkan analisis peneliti proses *fact finding* dari PT. Air Manado menggunakan teknik pencarian fakta berupa *interviews* (wawancara) dan *Document sampling* (menggambil dokumen) adapun dalam menjalankan strategi ini terdapat kelemahan serta kelebihan.

Kegiatan *Planning* (perencanaan) PT. Air Manado dalam menangani krisis keluhan masyarakat

Planning, agar dapat menghindari kegagalan dalam melaksanakan tugasnya seorang humas harus memiliki perencanaan yang baik. Tahapan perencanaan dan penyusunan merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah

selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan public

Berdasarkan hasil penelitian dalam menangani keluhan masyarakat PT. Air Manado mempunyai rencana atau strategy dalam perencanaan ada empat kegiatan atau *step*. Perumusan perencanaan **yang pertama** turun langsung ke lapangan, **yang kedua** setelah turun lapangan dan mengecek hal-hal yang didapati dilaporkan kembali pada perusahaan. **Yang ketiga** ketika laporan diterima Humas bertugas untuk merumusi langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan dalam penanganan **Dan terakhir** Humas PT. Air Manado akan memberikan respon atau *statement official* mengenai hal-hal yang dikeluhkan.

Strategi yang digunakan dalam pelaksanaan proses *planning* diatas adalah strategi komunikasi interpersonal atau antar pribadi.

Dalam pelaksanaan *planning* dengan strategi komunikasi antarpribadi ini memiliki keuntungan dan kelemahannya.

Kegiatan *Action & Communication*
(Pelaksanaan dan Komunikasi)

PT. Air Manado dalam menangani krisis keluhan masyarakat

Action & Communication, rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta atau data. Fakta atau data tersebut kemudian dikomunikasikan atau dilakukan sebagai kegiatan operasional. Proses ini merupakan tindak lanjut setelah melakukan perencanaan.

Pelaksanaan penyampaian respon atau statement dari pihak PT. Air Manado menggunakan media surat kabar. saat ini PAM bekerja sama dengan beberapa Koran di Manado yaitu Tribun Manado, Komentar dan Manado Post sehingga penyebaran informasi *official* dapat

dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Strategi yang digunakan dalam pelaksanaan proses *action & communication* diatas adalah strategi komunikasi dengan teknik informative dengan menggunakan media. Media yang digunakan seperti media surat kabar dan media sosial. Strategi ini memiliki kelemahan dan kelebihan

Kegiatan *Evaluating (Evaluasi)*

PT. Air Manado dalam menangani krisis keluhan masyarakat.

Evaluating, mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Tahapan evaluasi ini merupakan tahapan penilaian hasil dari riset awal hingga perencanaan program, serta keefektifan dari proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan. Tahapan ini dikatakan sebagai tahap penafsiran hasil kerja.

Hasil evaluasi PT. Air Manado dapat dilihat dari berkurangnya keluhan dari masyarakat terhadap PT. Air Manado. Biasanya keluhan yang PAM terima perhari bisa mencapai 20-25 orang secara langsung maupun dimedia social. Jadi, kalau keluhan yang diterima perhari tidak melebihi 15 orang berarti *fact finding, planning, action & communication*, dan *Evaluating* berhasil.

Dalam kegiatan evaluasi yang dijalankan oleh pihak PT. Air Manado memiliki kelemahan maupun kelebihan

KESEIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

Dalam mengatasi keluhan dari masyarakat Humas PT. Air Manado menggunakan 4 model prinsip

strategi humas sebagai pedomannya. Dalam menjalankan 4 model prinsip strategi ini setiap proses atau modelnya terdapat stratgeinya sendiri. Dan disetiap stratgei tersebut terdapat kelebihan maupun kelemahannya.

1. Proses *fact finding* dalam menangani keluhan masyarakat, untuk pencarian fakta keluhan dari masyarakat Kelurahan Mahakeret Barat tentang air yang mati atau tidak jalan diketahui langsung oleh pihak PT. Air Manado. Dalam proses *fact finding* ini pihak PAM menggunakan menggunakan teknik pencarian fakta berupa *interviews* (wawancara) dan *Document sampling* (pengambilan dokumen).

2. Proses *planning* dalam menangani keluhan masyarakat, untuk perencanaan dalam penangan keluhan masyarakat

oleh Humas PT. Air Manado sudah ada dalam *MasterPlan* perusahaan. Dalam proses perencanaan ini ada empat tahap atau kegiatan yang harus dilakukan Humas PT. Air Manado **yang pertama** turun langsung ke lapangan, **Yang kedua** setelah turun lapangan melaporkan kembali hal yang didapati kepada perusahaan. **Yang ketiga** setelah laporan diterima Humas bertugas untuk merumusi langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan dalam penanganan keluhan. **Dan yang keempat** Humas akan menangani keluhan dengan cara memberikan tanggapan atau memberikan informasi lewat media sebagai respon ataupun mensosialisasikan alasan kenapa air mati atau tidak jalan ini. Humas sangat berperan penting dalam proses perencanaan ini karena apapun

respon dari PAM humas yang akan mengutarakannya dan meneruskannya pada masyarakat pada masyarakat. Strategi yang digunakan dalam pelaksanaan proses *planning* diatas adalah strategi komunikasi interpersonal atau antar pribadi.

3. Proses *action & communication* dalam menangani keluhan masyarakat, untuk proses penyampaian atau pelaksanaan ini PT. Air Manado akan segera mungkin memberikan tanggapan atau respon langsung terhadap keluhan dengan menggunakan strategi komunikasi dan sosialisasi lewat media surat kabar. PT. Air Manado bekerja sama dengan beberapa Media Surat Kabar yang ada di Manado dengan begitu informasi *official* dari PT. Air Manado dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan. Strategi yang digunakan dalam

pelaksanaan proses *action & communication* diatas adalah strategi komunikasi dengan teknik *informative* dengan menggunakan media. Media yang digunakan seperti media surat kabar, dan media sosial.

4. Proses *evaluating*, untuk proses evaluasi PT. Air Manado dalam menangani keluhan masyarakat dapat dilihat dari berkurangnya jumlah keluhan yang masuk.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka saran-saran yang perlu disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan dalam proses *fact finding* untuk lebih jeli dalam penanganan keluhan masyarakat dan ada baiknya dalam menanganinya Humas harus mampu menjawab atau merespon segala keluhan masyarakat baik secara langsung atau melalui

media dengan dengan secepatnya agar masyarakat tidak terus menerus melaporkan keluhan,

2. Disarankan dalam proses *planning* yang dalam hal ini *MasterPlan* yang bertanggung jawab agar harus mempunyai rencana jangka pendek maupun jangka panjang untuk menjalankan aktivitas kehumasannya dalam menanganini masyarakat keluhan-keluhan masyarakat.
3. Disarankan dalam proses *action & communication* setiap strategi komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan harus selalu terarah dan tetap konsisten apalagi PT. Air Manado pada saat ini sudah bekerja sama dengan media.

Disarankan dalam proses *evaluating* untuk terus memperhatikan keluhan-keluhan masyarakat sehingga dari hasil evaluasi menjadi patokan seorang Humas di PT. Air Manado

dalam penanganan keluhan, apakah hasil keluhannya berkurang atau lebih bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, Scott. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Gassing, Syarifuddin. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: ANDI.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi penelitian Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2015. *Public Relations, Issues & Crisis Management*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Marimin, 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya. 2014 Bandung
- Morissan, 2010). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*". Jakarta: Kencana Prenada.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Pers
- Nova, Firsan. 2014. *PR War* Jakarta: Grasindo
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen
Public Relations dan Media
Komunikasi: Konsepsi dan
Aplikasi*. Jakarta: Rajawali
Pers.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian
pendidikan*. Bandung: alfa
beta CV