

**ANALISIS KOMUNIKASI DALAM PENANGANAN  
KRISIS PADA PT GRUTI LESTARI PRATAMA  
DI KABUPATEN MANDAILING NATAL**

**SKRIPSI**

**NIKEN ANGGITA SARI**

**218530101**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 15/7/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)15/7/25

**ANALISIS KOMUNIKASI DALAM PENANGANAN  
KRISIS PADA PT GRUTI LESTARI PRATAMA  
DI KABUPATEN MANDAILING NATAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 15/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)15/7/25

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Analisis Komunikasi Dalam Penanganan Krisis Pada  
PT Gruti Lestari Pratama Di Kabupaten Mandailing Natal

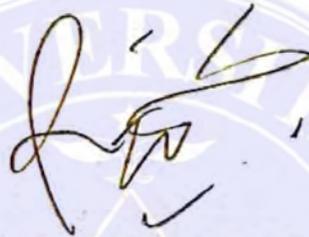
**Nama** : Niken Anggita Sari

**NPM** : 218530101

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Disetujui Oleh,**

**Pembimbing**



Ria Wuri Andary, S.Sos, M.I.Kom

**Diketahui Oleh,**

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. Walid Musthafa S.Sos., M.IP.



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP.

**Tanggal Lulus : 21 Maret 2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 15/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)15/7/25

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Niken Anggita Sari

NPM : 218530101

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis yang berjudul “ANALISIS KOMUNIKASI DALAM PENANGANAN KRISIS PADA PT GRUTI LESTARI PRATAMA DI KABUPATEN MANDAILING NATAL” ini adalah benar karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan tiruan baik di lingkup Universitas Medan Area maupun di Perguruan Tinggi yang lain. Adapun bagaian bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apalagi dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 07 Mei 2025

Penulis



Niken Anggita Sari

218530101

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Niken Anggita Sari  
NPM : 218530101  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti NonEksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **ANALISIS KOMUNIKASI DALAM PENANGANAN KRISIS PADA PT GRUTI LESTARI PRATAMADI KABUPATEN MANDAILING NATAL**. beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : 07 Mei 2025  
Yang Menyatakan,

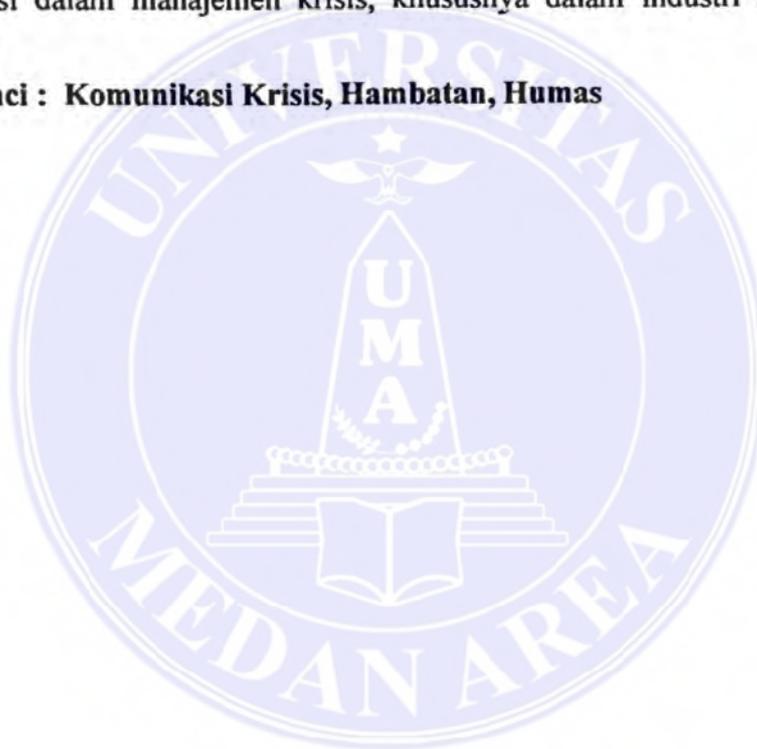


(Niken Anggita Sari)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi yang dilakukan oleh PT Gruti Lestari Pratama dalam menangani krisis keracunan makanan massal yang terjadi di kalangan karyawannya, serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi perusahaan dalam menyelesaikan kasus tersebut. Krisis ini berpotensi merusak reputasi perusahaan serta menurunkan kepercayaan karyawan dan masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen terkait penanganan krisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Gruti Lestari menerapkan berbagai strategi komunikasi krisis, seperti komunikasi internal dengan karyawan, komunikasi dengan media, serta komunikasi dengan pihak eksternal terkait, lembaga kesehatan. Penelitian ini juga mengevaluasi respons pemangku kepentingan terhadap strategi tersebut dan dampaknya terhadap pemulihan citra perusahaan. Studi ini diharapkan memberikan wawasan tentang pentingnya komunikasi dalam manajemen krisis, khususnya dalam industri makanan dan minuman.

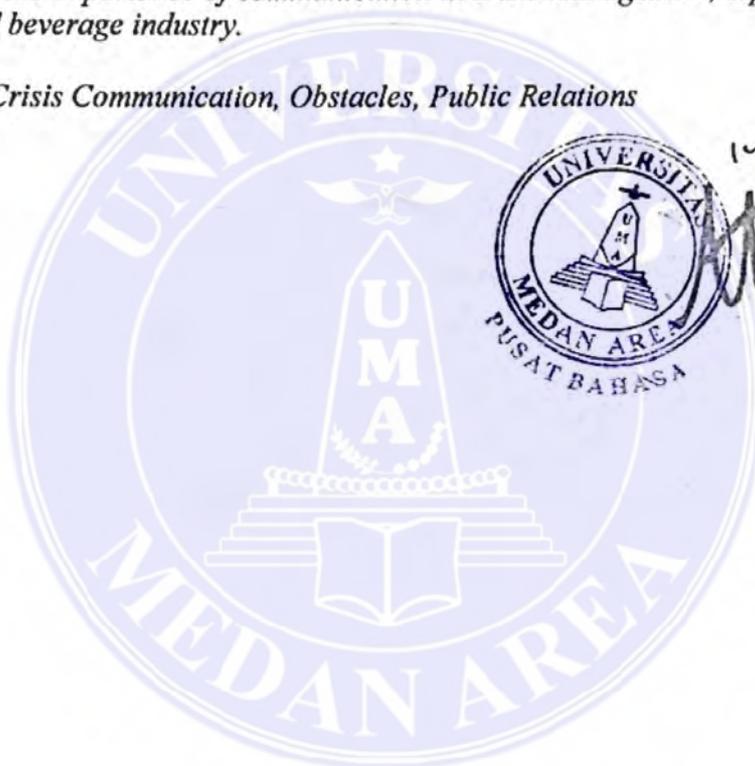
**Kata Kunci : Komunikasi Krisis, Hambatan, Humas**



## ABSTRACT

*This research aimed to analyze the communication carried out by PT Gruti Lestari Pratama in handling the mass food poisoning crisis that occurred among its employees and to identify the obstacles faced by the company in resolving the case. This crisis had the potential to damage the company's reputation and reduce the trust of employees and the public. The approach used was descriptive qualitative, with data collection through observation, interviews, and document analysis related to crisis management. The results of the research showed that PT Gruti Lestari implemented various crisis communication strategies, such as internal communication with employees, communication with the media, and communication with relevant external parties, including health institutions. This research also evaluated the stakeholders' responses to these strategies and their impact on the company's image recovery. This study was expected to provide insights into the importance of communication in crisis management, especially in the food and beverage industry.*

**Keywords:** *Crisis Communication, Obstacles, Public Relations*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama lengkap Niken Anggita Sari lahir di Depok, Jawa Barat pada 05 Desember 2001, anak dari Bapak Iwan Azhari dan Ibu Saidah Batubara, penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Tahun 2020, penulis menyelesaikan Pendidikan di Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darul Ikhlas yang berada di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal Sumatera Utara.

Pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 di Universitas Medan Area, dan sudah terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Tahun 2024 penulis mendapatkan konversi nilai dari kegiatan Pertukaran Mahasiswa Merdeka. Sehingga pada mata kuliah di semester enam yaitu Kuliah Kerja Lapangan (KKL) penulis tidak mengikuti kegiatan tersebut.

Penulis melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Komunikasi Dalam Penanganan Krisis Pada PT Gruti Lestari Di Kabupaten Mandailing Natal”.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena berkah dan rahmatnya serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Komunikasi Dalam Penanganan Krisis Pada PT Gruti Lestari Pratama Di Kabupaten Mandailing Natal”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Medan Area

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berusaha semaksimal mungkin untuk mengumpulkan data serta informasi yang relevan yang kemudian untuk dianalisis secara mendalam. Dalam menyelesaikan mata kuliah serta penulisan skripsi ini penulis sangat banyak memperoleh bantuan baik pengetahuan, pengajaran, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dr. Walid Musthafa S,Sos, M.IP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
3. Bapak Dr. Selamat Riadi, S.E, M.I.Kom, selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP. Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

5. Ibu Ria Wuri Andary, S.Sos, M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukan beliau dengan memberikan arahan, pengetahuan, kritik dan juga saran yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom. Selaku Dosen Wali yang telah memberikan nasehat dan arahan kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
7. Seluruh Staf pegawai IT serta Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, khususnya Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
8. Untuk PT Gruti Lestari Pratama. Selaku tempat yang menjadi pusat pada penelitian ini. Penulis ucapkan terima kasih karena telah bersedia dan juga mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian untuk skripsi.
9. Untuk seseorang yang menjadi cinta pertama penulis yaitu Bapak Iwan Azhari. Beliau merupakan ayah penulis terima kasih sudah mengajarkan semangat juang serta kedisiplinan kepada penulis mungkin tanpa ajaran beliau penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
10. Kemudian untuk seseorang yang memiliki sifat sabar dan selalu memberikan pertolongan lewat alunan doa-doanya yaitu Saidah Batubara. Beliau merupakan seorang ibu yang baik dimata penulis tanpa beliau mungkin penulis bukan apa-apa di dunia yang fana ini. Terima kasih ibu berkat usaha dan doamu penulis dapat sampai di posisi sekarang.
11. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua kaka penulis yaitu Wandha Bara Eka Putri S.T dan Pungky Dwi Azhari. Dukungan serta

materi yang kalian berikan kepada penulis menjadikan penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga sangat berterima kasih kepada kedua keponakan penulis. Terima kasih sudah menghibur dan memberikan semangat kepada penulis.

12. Terima kasih ini penulis berikan dengan tulus kepada para sahabat penulis yaitu Mira Zahrani, Mega Mutiara dan Devanya Theresia yang sudah mau bersama-sama mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan arahan, serta mendukung penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

13. Dan terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada Niken Anggita sari yaitu penulis sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan hingga titik ini. Terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan diri ini sendiri, walaupun adakalanya putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba

Penulis harap skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Akhir kata penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dalam penyusunan dan penyampaian skripsi ini. Semoga Tuhan selalu senantiasa memberikan petunjuk dan kemudahan di setiap langkah kita.

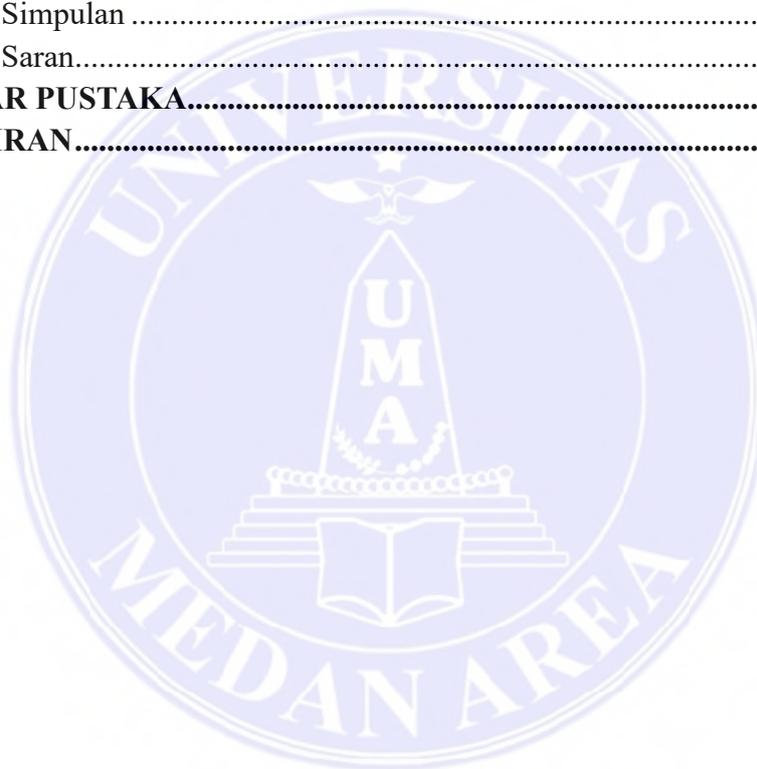
Medan, 27 Oktober 2024

Niken Anggita Sari

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Pengertian Komunikasi Krisis.....	15
2.1.1 Jenis Komunikasi Krisis .....	17
2.1.2 Tahapan Komunikasi Krisis.....	18
2.1.3 Tujuan Komunikasi Krisis .....	19
2.1.4 Strategi Komunikasi Krisis.....	20
2.1.5 Penanganan Komunikasi Krisis.....	22
2.1.6 Humas .....	24
2.2 <i>Situasional Crisis Communication Theory</i> .....	27
2.2.1 Konsep Dasar SCCT.....	28
2.2.2 Kategori SCCT .....	30
2.2.3 Strategi Respon SCCT.....	30
2.3 Kerangka Berfikir .....	32
2.4 Penelitian Terdahulu .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Instrument Penelitian.....	36
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.4 Kriteria Informan .....	37
3.5 Sumber Data.....	37
3.5.1 Data Primer.....	37
3.5.2 Data Sekunder .....	38
3.6 Triangulasi.....	38
3.7 Teknik Pengambilan Data .....	38
3.8 Teknik Analisis Data .....	39

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Deskripsi Tempat Penelitian.....	42
4.1.2 Struktur Organisasi PT Gruti Lestari Pratama.....	46
4.1.3 Gambaran Umum Informan.....	48
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Analisis Strategi Komunikasi Krisis.....	75
4.2.2 Analisis Penanganan Krisis .....	78
4.2.3 Analisis Hambatan Humas.....	81
4.2.4 Analisis Penerapan <i>Situasional Crisis Communication Theory</i> ..	84
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1 Simpulan .....	86
5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>



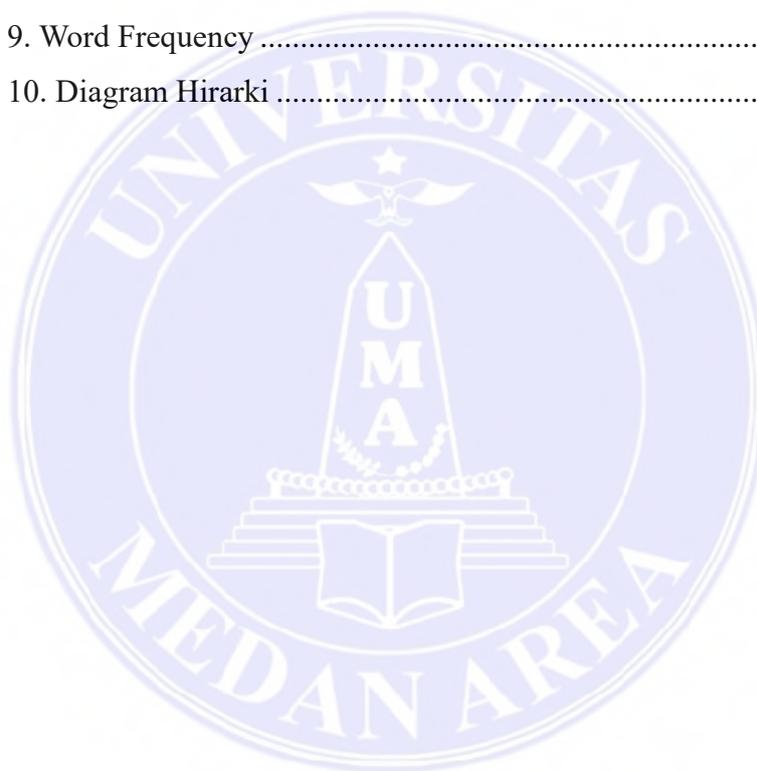
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 2. Waktu Penelitian.....	36
Tabel 3. Keterangan Informan.....	48
Tabel 4. Strategi Komunikasi Krisis .....	78
Tabel 5. Penanganan Krisis .....	81
Tabel 6. Hambatan PT Gruti Lestari Pratama .....	83
Tabel 7. Situasional Crisis Communication Theory.....	85



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. PMKS Gruti Lestari .....	5
Gambar 2. Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 3. Prosedur K3 PT Gruti Lestari.....	43
Gambar 4. Serifikat ISPO .....	43
Gambar 5. Pabrik Kelapa Sawit PT Gruti .....	44
Gambar 6. Infrastruktur bangunan .....	45
Gambar 7. Struktur Organisasi Kantor Direksi.....	46
Gambar 8. Struktur Organisasi PKS PT Gruti Lestari .....	47
Gambar 9. Word Frequency .....	72
Gambar 10. Diagram Hirarki .....	74



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Dalam setiap interaksi manusia membutuhkan proses komunikasi agar dapat menjalin hubungan yang harmonis antar manusia. Dalam berkomunikasi orang yang menjadi komunikator dituntut untuk dapat menyampaikan pesan dengan baik agar komunikan dapat menerima makna pesan yang disampaikan dengan baik. Selain itu, komunikasi juga dapat mempengaruhi kehidupan manusia baik secara aspek interaksi sosial, hubungan pribadi serta kegiatan-kegiatan lainnya.

Dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar karya dari Mulyana (2022) Menjelaskan bahwa komunikasi terdiri dari beberapa unsur penting yaitu individu atau kelompok yang mempunyai ide atau pesan yang ingin disampaikan (Komunikator), Individu atau kelompok yang menerima pesan tersebut (Komunikan), Kemudian cara penyampaian pesan itu dengan cara seperti apa (Media), Lalu tentang bagaimana pesan atau informasi tersebut disampaikan oleh komunikan serta umpan balik yang diberikan kepada pihak. Oleh sebab itu komunikasi bukan hanya tentang bagaimana proses penyampaian pesan tetapi, merupakan usaha agar menciptakan pemahaman yang selaras antara individu, kelompok dalam konteks sosial.

Tetapi dalam konteks sosial komunikasi tidak sepenuhnya berjalan sesuai keinginan. Krisis komunikasi dapat terjadi ditengah-tengah hidup bersosial. Menurut Iswandi (2019) Krisis komunikasi sendiri adalah proses dimana pesan atau makna

yang disampaikan oleh komunikator tidak sesuai dengan pemahaman yang didapatkan oleh komunikan. Krisis komunikasi sendiri dapat terjadi di antara individu atau kelompok sebab pemahaman makna.

Selain itu komunikasi juga dapat digunakan sebagai cara untuk mengatasi krisis atau masalah. Maka Komunikasi krisis hadir untuk membantu mengelola krisis. Komunikasi krisis menurut Coombs (dalam Bundy dkk., 2017) menjelaskan bahwa komunikasi krisis terdiri dari kumpulan, proses, serta menyampaikan informasi untuk mengatasi situasi krisis. Selain itu menurut Fitri dkk (2021) menyebutkan bahwa komunikasi krisis merupakan sebuah proses komunikasi yaitu komunikator memberikan fakta-fakta kepada publik mengenai keadaan darurat yang diluar kendali dan tidak terduga.

Komunikasi krisis tidak hanya melanda konteks kehidupan sehari-hari. Tetapi komunikasi krisis juga dapat diterapkan didalam organisasi ataupun perusahaan. Sebab komunikasi krisis sangat membantu dalam mengatasi krisis yang terjadi di perusahaan serta dapat meminimalkan dampak kerugian baik finansial maupun citra perusahaan. Oleh sebab itu komunikasi krisis memiliki peran penting dalam berbagai aspek interaksi hingga pengambilan keputusan. Dengan menerapkan komunikasi krisis penyampaian informasi akan menjadi akurat karena melalui proses pengidentifikasian masalah terdahulu.

Untuk mengurangi bahkan mencegah terjadinya krisis maka diperlukan tanggung jawab dalam menangani krisis perusahaan salah satunya dengan menggunakan komunikasi krisis. Manajemen krisis berkaitan erat dengan bagaimana organisasi mengelola realita yang terjadi pada saat krisis, maka komunikasi krisis adalah bagaimana organisasi atau perusahaan mengelola persepsi

mengenai realita tersebut (Zaiza, 2021). Dengan kata lain komunikasi krisis menjadi penghubung antara kebijakan yang telah dibuat untuk meminimalisir terjadinya krisis dengan menggunakan komunikasi dua arah yang efektif agar mempermudah persepsi publik terhadap krisis sesuai dengan realita yang ada.

Selain itu, perusahaan tentu saja memiliki beberapa divisi salah satunya divisi Humas atau hubungan masyarakat. Menurut Bundy dkk (2017) menyebutkan bahwa Humas hadir sebagai suatu kebutuhan untuk menjembatani perusahaan dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Sedangkan definisi Humas menurut Wilcox dan Cameron (Dalam Purba, 2020) kunci Humas adalah komunikasi dua arah yang mengejar kepentingan publik dengan kegiatan yang direncanakan dan juga merupakan fungsi manajemen bisnis secara sengaja, direncanakan, kinerja, kepentingan umum, komunikasi dua arah dan fungsi manajemen. Demikian juga di PT Gruti Lestari Humas dituntut sebagai bentuk pertahanan.

Selanjutnya komunikasi krisis dapat didukung oleh teori-teori yang selaras dengan penanganan krisis. Salah satu teori yang dikemukakan oleh Timothy. W. Coombs (2022) yaitu *Situasional Communication Crisis Theory* yang menjelaskan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan menangani krisis. Merupakan sebuah teori dibidang komunikasi krisis teori ini mengharuskan Humas harus menyesuaikan respon krisis dengan membuat strategi dengan tanggung jawab atas krisis dan agar dapat menghentikan ancaman reputasi buruk karena ditimbulkan krisis.

Coombs (2022) membagi menjadi tiga kelompok krisis yaitu *Victim* (Korban), *Accidental* (kecelakaan), dan *Preventable* (dapat dicegah). Coombs (2022) juga memberikan acuan untuk penggunaan strategi SCCT ketika dihadapkan dengan krisis yaitu perusahaan harus dapat mengkaji riwayat krisis dan hubungan dengan para *shareholder* dan *stakeholders* sebelum krisis terjadi, untuk meminimalisir terjadinya krisis maka seorang Humas harus dapat peduli dalam menyikapi atau tidak lalai terhadap isu-isu yang akan menjadi krisis.

Selain itu Coombs (2022) juga memberikan beberapa tahapan strategi respon krisis mulai dari *Denial*, *Diminish* dan *Rebuild*. *Denial* merupakan sebuah cara yang dapat dilakukan yaitu seperti menyangkal. Perusahaan menyatakan tidak pernah melakukan aktivitas seperti yang dituduhkan atau dengan membuat pernyataan bahwa perusahaan tidak mungkin melakukan seperti apa yang dituduhkan. Kemudian untuk tahapan *Diminish* yaitu digunakan untuk mengurangi tanggung jawab perusahaan terhadap dampak krisis. Dan yang terakhir adalah *Rebuild* bertujuan untuk membersihkan nama baik perusahaan pasca krisis melanda perusahaan seperti memberikan ganti rugi, memberikan pernyataan permohonan maaf dan memberikan instruksi informasi yang sesuai dengan situasi krisis.

PT Gruti Lestari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit dan pabrik pengelolah kelapa sawit. PT ini terletak di Desa Simpang Durian, Kecamatan Lingga Bayu, Kabupaten Mandailing Natal. PT ini merupakan anak usaha dari Mujur Group berdiri sejak tahun 1970. Jaringan pemasaran Mujur Grup terdiri dari berbagai produk salah satunya sektor perkebunan sawit dan telah berkembang dari Nasional hingga Internasional mencakup benua Asia, Australia dan Eropa. (PT Gruti Lestari, 2024).

PT Gruti Lestari merupakan salah satu perusahaan yang berstatus Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dengan luas lahan kelapa sawit 2.597,16 Ha dengan jumlah pekerja tetap sebanyak 534 karyawan menempati peringkat ketiga di Kabupaten Madina. Data ini diperoleh dari Badan Pusat Statistika Kab Mandailing Natal hasil dari survei perusahaan perkebunan besar mulai dari tahun 2015-2017 Dengan posisi pertama ditempati dengan PT Anugerah Langkat Makmur dengan luas wilayah perkebunan sawit 16,521,61 Ha dengan jumlah pekerja tetap sebanyak 807 orang, di posisi kedua ditempati oleh PT Dinamika Inti Sentosa Luas wilayah 8.222.23 Ha dengan pekerja tetap 659 karyawan Data ini didapatkan dari hasil survei Perusahaan Perkebunan Besar (PB) mulai dari tahun 2015-2017 (BPS KAB MADINA, 2019-2021)



Gambar 1. PMKS Gruti Lestari  
Sumber : PT Gruti Lestari

PT Gruti sendiri memiliki tiga bagian berfokus pada tiap-tiap pekerjaan yang telah ditentukan. Pertama yaitu Kantor Direksi PT Gruti Lestari. Kantor direksi disini merupakan pusat dari seluruh kegiatan mulai dari pengawasan, pengelolaan, serta memberikan arahan. Kantor direksi mempunyai peran yang cukup krusial dalam keberlangsungan perkembangan perusahaan dengan menerapkan tugas-tugas yang telah ditentukan.

Kedua yaitu Pabrik Pengolahan Kelapa Sawit (PKS). PKS PT Gruti ini berfokus mengelola tandan buah segar menjadi minyak kelapa sawit atau lebih dikenal dengan istilah CPO (*Crude Palm Oil*) dan juga menghasilkan Palm Kernel yang kemudian akan disalurkan ke perusahaan yang membutuhkan bahan mentah minyak kelapa sawit. Dan yang ketiga adalah Perkebunan Kelapa Sawit PT Gruti Lestari berfokus dalam penanganan kelapa sawit mulai dari penanaman kelapa sawit, pemberian pupuk, memanen tandan buah segar, serta di distribusikan ke PKS PT Gruti Lestari untuk diolah.

Kegiatan ini sangat diperlukan untuk memastikan hasil tandan buah segar dengan kualitas dan kuantitas hasil dari panen. PT Gruti Lestari sendiri berkomitmen untuk selalu mengutamakan kualitas produk yang layak sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku PT Gruti Lestari juga ikut serta dalam bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial di setiap aspek operasional yang dilakukan.

Selain itu PT Gruti Lestari juga ikut terlibat dalam penerapan ISPO (*Indonesian Sustainable Palm Oil*). Menurut Darussamin (2012) menjelaskan ISPO merupakan salah satu sertifikasi kelapa sawit yang memberikan standar kualitas produk-produk berbahan baku minyak kelapa sawit. Menurut Yulianti (2024) Sertifikasi ISPO adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk menanggulangi dampak lingkungan yang diakibatkan dari perkebunan kelapa sawit, permasalahan sosial, pemanasan global, pemusnahan spesies langka dan dampak lainnya yang diakibatkan dari industri kelapa sawit.

Prinsip serta kriteria ISPO ini telah tercantum di Peraturan Presiden No. 44 Tahun 2020 dan Permentan No. 38 Tahun 2020. Menurut Yulianti (2024) Prinsip ISPO terdiri dari tujuh prinsip yaitu, Memastikan bahwa semua kegiatan aktivitas

perkebunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, Pengelolaan lingkungan hidup, sumber daya alam dan keanekaragaman hayati, Tanggung jawab ketenagakerjaan, tanggung jawab sosial dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, penerapan transparansi, dan peningkatan usaha secara berkelanjutan. ISPO merupakan prosedur yang penting bagi seluruh perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan pengelolaan kelapa sawit di Indonesia. Oleh sebab itu PT Gruti Lestari ikut dalam mengembangkan industri kelapa sawit yang berkelanjutan dengan menerapkan semua prinsip-prinsip ISPO.

PT Gruti Lestari juga memberikan bantuan berupa tempat tinggal bagi para karyawan. Tempat tinggal tersebut masih berada satu lingkungan dengan PT Gruti Lestari. Selain memberikan tempat tinggal yang layak PT Gruti Lestari juga memberikan bantuan sembako kepada para karyawan berupa beras, minyak goreng, air dan listrik gratis yang dapat diakses selama 24 jam di seluruh perumahan karyawan PT Gruti Lestari . Namun bagi para karyawan yang tidak mendapatkan fasilitas tersebut maka gaji karyawan akan diberikan tambahan alhasil pihak PT Gruti Lestari menerapkan kesetaraan di kalangan seluruh karyawan.

PT Gruti Lestari juga memberikan kebebasan kepada seluruh karyawan yang tinggal di perumahan yang sudah disediakan untuk mengadakan kegiatan sosial seperti perkumpulan ibu-ibu pengajian agar terjalinnya rasa kebersamaan diantara mereka. Kegiatan yang mereka lakukan merupakan kegiatan yang tidak resmi dari PT Gruti Lestari tetapi kembali lagi ke manfaat yang positif dan para karyawan juga mendukung serta mengikuti kegiatan-kegiatan sosial yang mereka lakukan bersama.

Tetapi pada tahun 2024 kejadian yang tidak disangka melanda PT Gruti Lestari. Kurang lebih dari delapan puluh karyawan dan masing-masing keluarga mengalami keracunan massal. Kronologi kejadian tersebut berasal dari kegiatan pengajian yang diadakan oleh ibu-ibu di perumahan PT Gruti Lestari. Selepas dari kegiatan tersebut kurang dari duapuluh empat jam banyak para korban yang berdatangan ke klinik PT Gruti Lestari dikarenakan semakin banyak korban yang berdatangan sebagian dari mereka dipindahkan ke klinik terdekat dari PT Gruti Lestari.

Tetapi bukannya mereda para korban semakin banyak dan pihak klinik kewalahan mengatasi lonjakan pasien tersebut. Oleh sebab itu PT Gruti Lestari langsung sigap untuk menangani kejadian tersebut. Para korban di data untuk diurus administrasi rujukan ke RS di kota Panyabungan. Setelah semua proses rujukan selesai maka para korban dilarikan ke RS Permata Madina dengan menggunakan transportasi yang sudah disediakan PT Gruti Lestari. Setelah semua korban dilarikan ke RS maka banyak karyawan yang tidak dapat bekerja seperti semula dikarenakan mereka menjadi korban yang mengakibatkan berkurangnya jumlah karyawan yang bekerja.

Setelah para korban diantarkan ke RS rujukan maka para media berdatangan untuk menggali informasi mengenai krisis yang melanda PT Gruti Lestari. Dengan sikap bekerja sama maka PT Gruti Lestari yang di wakikan oleh Humas sebagai juru bicara memberikan informasi sedetail mungkin terkait penyebab serta kapan kejadian tersebut terjadi. Selain itu, PT Gruti Lestari juga memanfaatkan media massa sebagai sarana penginformasian ke masyarakat luas.

Dari kronologi di atas dapat digambarkan bahwa awal mula krisis datang tidak dapat disangka-sangka kapan dan bagaimana krisis melanda sebuah perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan harus dengan sigap dan cepat dalam mengatasi krisis sebelum menjadi lebih besar. Walaupun kegiatan ini bukan sepenuhnya tanggung jawab dari PT Gruti Lestari tetapi karena kegiatan ini berlangsung di PT Gruti Lestari maka PT Gruti Lestari langsung dengan cepat mengurus krisis ini agar mereda.

Jurnal terdahulu yang membahas mengenai Humas dengan Judul Peran *Key Opini* Dalam Strategi Humas Pada Komunikasi Krisis Perusahaan (Yuanita, 2021) Krisis ini dimulai dari permasalahan akibat tumpahnya minyak dari perusahaan *British Petroleum* (BP) di Teluk Meksiko. Akibat tumpahnya minyak tersebut banyak terjadi pro dan kontra dikalangan masyarakat dan juga *stakeholders* dari perusahaan *British Petroleum*. Humas *British Petroleum* tentu saja tidak tinggal diam. Mereka bekerja untuk memperbaiki citra perusahaan dimata *stakeholders* dan juga masyarakat. Tetapi strategi komunikasi krisis yang digunakan Humas *British Petroleum* tidak tepat sebab mereka memberikan statement awal yang tidak faktual dan berjanji memberikan kompensasi kepada orang-orang yang terdampak akibat tumpahan minyak di Teluk Meksiko.

Prof Emeritus di Syracuse University, John Philip Jones menyebutkan bahwa tindakan yang dilakukan Humas *British Petroleum* sebagai bencana sebab banyak media massa yang menyerang *British Petroleum* dengan memberikan tekanan untuk memberikan kompensasi sebesar 20 Miliar US kepada penduduk yang terdampak. Selain itu organisasi pecinta alam juga turut menuntut *British Petroleum* untuk memperbaiki dan membersihkan tumpahan minyak tersebut

karena mencemarkan lingkungan sekitardan menutup mata pencaharian masyarakat sekitar Teluk Meksiko

Akibat hal tersebut reputasi *British Potroleum* semakin terpuruk, maka fungsi dari Humas disini untuk menyelesaikan masalah tetapi juga menjadi garda terdepan perusahaan. Humas *British Potroleum* setelah mendapatkan aduan dari berbagai pihak yang terkena imbas tumpahan minyak maka Humas *British Potroleum* langsung melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait mulai dari penduduk sekitar, media massa dan juga *stakeholders*

Pihak Humas *British Potroleum* melakukan koordinasi tersebut dengan memikirkan bagaimana strategi komunikasi yang harus dilakukan. Yaitu dengan cara menyampaikan informasi secara faktual kepada pihak-pihak terkait dan juga melakukan komunikasi dua arah kepada pihak yang terkait baik pihak internal maupun eksternal agar pemahaman informasi yang disampaikan Humas British Potroleum tersampaikan dengan benar tanpa ada kekeliruan di antara dua pihak.

Setelah melakukan koordinasi pihak Humas tentu harus merealisasikan keputusan yang sudah dibuat seperti memperbaiki ekosistem sekitar dan memberikan kompensasi kepada penduduk teluk meksiko. Setelah semua terselesaikan maka Humas *British Potroleum* harus mengevaluasi program yang telah mereka berikan kepada pihak yang terkena imbas apakah setelah melaksanakan program tersebut masih tetap dilanjutkan hingga akhir atau dengan jangka waktu tertentu.

Berdasarkan penelitian sebelumnya teori SCCT sering digunakan baik organisasi bahkan pemerintahan untuk mengatasi krisis menggunakan strategi komunikasi krisis dengan menggunakan teori SCCT. Judul penelitian Analisis

Strategi Kemnaker RI Dalam Merespon Terjadinya Krisis Berdasarkan Teori SCCT (Widyanto dkk., 2022) menjelaskan mengenai bagaimana krisis melanda Kemnaker dengan adanya perubahan UUD No.40 mengenai bagaimana krisis melanda Kemnaker dengan adanya perubahan UUD No.40 Tahun 2004 berisi tentang sistem Jaminan Sosial Nasional dengan mekanisme pemberian Jaminan Hari Tua (JHT). Tetapi pada 2022 muncul Peraturan Kementrian Ketenagakerjaan (PERMENAKER) No.02 menjelaskan bahwa adanya perubahan tentang mekanisme pemberian JHT kepada karyawan, yaitu JHT hanya bisa cair ketika berumur 56 Tahun yang dianggap terlalu lama.

Polemik ini kian besar hingga menimbulkan kegiatan demonstrasi. Penanganan yang dilakukan Kemenaker dengan menggunakan SCCT dimana pihak Kemnaker memberikan respon awal dengan cara Denial yaitu Kemnaker menyebutkan bahwa perumusan peraturan tersebut diikuti oleh Serikat Buruh, Kementerian Keuangan (Kemenkeu) serta dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pengurus Keuangan (BPK).

Selain memberikan penyangkalan Kemnaker juga memberikan respon terkait polemik yang terjadi dengan mencari alasan dengan tujuan mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan dari terjadinya krisis, yaitu dengan memberikan alasan bahwa Kemnaker RI ingin memastikan seluruh buruh atau karyawan memiliki biaya yang cukup untuk menghidupi dirinya.

Hal tersebut karena pekerja sudah memasuki usiyang tidak produktif lagi. Dan Pihak Kemnaker melakukan pembenaran (*Justification*) hal ini diperoleh saat informan menyampaikan bahwa proses penyusunan naskah Permenaker No.02 Tahun 2022 merupakan hasil dari inisiasi sejumlah pihak dan telah melalui tahapan

dengan komisi IX DPR RI. Strategi yang dilakukan Kemnaker yaitu dengan upaya rebuild atau membangun kembali persepsi positif publik dengan kembali menggunakan mekanisme bahwa pencairan dana JHT tidak harus di umur 56 tahun.

Ketika semua pihak memiliki kesempatan untuk mendengarkan serta didengarkan maka krisis atau kesalahpahaman dapat diatasi. Sama halnya dengan PT Gruti Lestari, faktor-faktor penyebab terjadinya krisis internal di kalangan karyawan ataupun stakeholder juga dapat diselesaikan dengan pendekatan komunikasi krisis dan teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi krisis.

Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang bagaimana analisis komunikasi krisis sebagai metode untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di PT Gruti Lestari. Dengan menggunakan teori SCCT ini dapat membantu mengelola krisis yang terjadi dan mengelola hubungan dengan berbagai pihak yang terlibat oleh krisis. Sementara komunikasi krisis menyediakan strategi untuk berkomunikasi agar lebih efektif dengan para karyawan PT Gruti Lestari.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana komunikasi Humas dalam penanganan krisis di PT Gruti Lestari?
2. Bagaimana hambatan komunikasi Humas dalam penanganan krisis di PT Gruti Lestari?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis tentang bagaimana proses komunikasi Humas PT Gruti Lestari.
2. Menganalisis terkait hambatan yang dialami Humas PT Gruti Lestari baik secara internal dan eksternal dalam penanganan krisis.

## 1.4 Fokus Masalah

1. Fokus mengenai penyebab terjadinya keracunan dengan berfokus kepada jumlah korban serta bentuk penanganan yang humas berikan
2. Fokus mengenai hambatan-hambatan yang ada setelah kasus keracunan makanan muncul. Baik secara internal ataupun eksternal

## 1.5 Manfaat Penelitian

### A. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang yang diteliti yaitu mengenai analisis komunikasi dalam penanganan krisis pada perusahaan selain itu hasil penelitian ini dapat dijadikan untuk memperkaya literatur yang ada dan menjadi sumber referensi untuk penelitian masa depan.

### B. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis Untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai analisis komunikasi dalam penanganan krisis di PT Gruti Lestari.

2. Bagi Akademik Sebagai bahan penambah literatur dibidang komunikasi krisis dan menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang lebih spesifikasi.
3. Bagi Mahasiswa Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar acuan atau refrensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian yang sama.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis menurut Coombs (dalam Bundy dkk, 2017) dari mendefinisikan komunikasi krisis sebagai sebuah kumpulan, proses atau menyampaikan informasi untuk mengatasi situasi krisis. Komunikasi krisis adalah proses komunikasi dimana komunikator memberikan fakta kepada publik tentang keadaan darurat yang tidak terduga dan diluar kendali perusahaan dan melibatkan perusahaan dan membutuhkan tanggapan segera (Fitri dkk., 2021).

Akhyar & Pratiwi (2019) mendefinisikan krisis adalah sebuah persepsi yang akan terjadi dan kejadiannya tidak dapat diprediksi hingga dapat mengancam harapan pemangku kepentingan yang secara serius dan dapat mempengaruhi kinerja sebuah organisasi dan menghasilkan output negatif. Dari kedua pengertian definisi tersebut dapat diartikan bahwa komunikasi dan krisis memiliki keterkaitan satu sama lain. Ketika krisis terjadi maka komunikasi krisis hadir untuk memberikan penanganan khusus terhadap krisis yang sedang berlangsung.

Implementasi komunikasi krisis saat terjadinya krisis merupakan salah satu syarat utama yang tidak bisa diabaikan perusahaan yang sedang mengalami krisis. Selain itu komunikasi krisis juga dapat dijadikan sebagai salah satu topik penting dalam penerapan manajemen krisis untuk membuat pendekatan atau strategi menangani situasi krisis yang membahayakan citra, reputasi dan kredibilitas perusahaan.

Pada saat terjadinya krisis, komunikasi sangat diperlukan untuk dapat membantu mengelola krisis yang sedang melanda perusahaan sehingga dapat meminimalisir dampak. Komunikasi krisis dapat dijadikan sebagai acuan untuk menyelesaikan suatu masalah karena komunikasi merupakan aspek terpenting di dalam bersosialisasi.

Dengan memberikan informasi melalui komunikasi dua arah sehingga pihak-pihak yang terlibat krisis akan memahami situasi yang sedang terjadi. Salah satu penyebab krisis semakin besar karena buruknya pelaksanaan komunikasi. Karena jika semua pihak baik media maupun *stakeholders* memiliki kesempatan untuk mendengarkan dan didengarkan maka krisis dapat diatasi lebih mudah karena adanya proses pertukaran ide maupun informasi untuk cara menyelesaikan krisis dan menjaga keberlanjutan perusahaan.

Selain menggunakan komunikasi krisis dalam mencegah ataupun sedang dilanda krisis. Manajemen krisis juga dibutuhkan untuk membantu meredakan krisis yang sedang terjadi. Komunikasi krisis dan manajemen krisis merupakan dua hal yang memiliki ketertarikan satu sama lain untuk menghadapi situasi darurat. Perbedaan terletak pada manajemen krisis mencakup respon atau pencegahan ketika sebuah isu krisis muncul atau saat krisis. Sedangkan pada komunikasi krisis berfokus pada penyampaian informasi dari cara pencegahan menghadapi krisis agar para pihak yang terlibat dapat ikut berkontribusi untuk meminimalisir krisis semakin membesar. Selain itu komunikasi krisis juga mengontrol persepsi publik, media, bahkan *stakeholders* untuk dapat mempertahankan integritas dan reputasi perusahaan.

### 2.1.1 Jenis Komunikasi Krisis

Menurut Akhyar & Pratiwi (2019) membagikan beberapa jenis krisis berdasarkan waktu yaitu :

#### 1. *Immediate Crisis*,

Yaitu krisis bersifat segera. Tipe krisis ini sangat ditakuti oleh perusahaan karena muncul secara tiba-tiba tanpa adanya pertanda yang muncul bahwa krisis akan muncul dan melanda perusahaan. Faktor tersebut membuat perusahaan tidak memiliki waktu untuk mereset. Seperti terjadinya gempa bumi. Serangan Bom, dan kebakaran gedung. Oleh sebab itu sebelum krisis ini terjadi pihak perusahaan sudah mempersiapkan rencana umum, agar ketika krisis ini terjadi pihak perusahaan tidak kesusahan dalam menghadapi krisis ini.

#### 2. *Emerging Crisis*

Yaitu krisis baru muncul. Pada tipe krisis ini perusahaan membutuhkan peranan dari seorang Humas karena tipe krisis ini sebelum dilakukan penanganan terlebih dahulu untuk meneliti penyebab terjadinya krisis sebelum krisis menjadi besar dan dapat membuat reputasi perusahaan negatif. Contoh dari tipe krisis ini seperti mundurnya semangat kerja, terjadinya pelecehan seksual di tempat kerja serta permasalahan internal lainnya.

#### 3. *Sustained Crisis*

Krisis bertahan yaitu krisis yang sudah berlalu terjadi tetapi dalam kurung waktu beberapa bulan krisis ini tetap saja muncul. Contoh seperti adanya isu perusahaan yang menyebar luas di kalangan internal perusahaan dan disebarluaskan melalui media massa sehingga krisis ini tidak dapat terkontrol oleh Humas

### 2.1.2 Tahapan Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis dalam perusahaan merupakan garda terdepan dalam memperbaiki dan menjaga reputasi perusahaan baik secara internal dan eksternal. Seorang Humas harus dapat fokus terhadap krisis yang melanda perusahaan dan memberikan strategi sebagai upaya untuk memperbaiki citra perusahaan dan meminimalisir kerugian yang ditanggung perusahaan akibat adanya krisis. Menurut Kriyantono (2012) sebelum krisis melanda suatu perusahaan maka seorang Humas harus dengan sigap meminimalisir terjadinya krisis dengan melalui beberapa tahapan yaitu :

#### 1. Pra Krisis

Tahapan awal dari sebuah krisis yaitu pra krisis. Pada fase ini melibatkan semua upaya pencegahan sebelum krisis terjadi seperti mengidentifikasi krisis kemudian pembentukan strategi yang harus digunakan dan membuat tim khusus untuk lebih fokus mengurus jika krisis terjadi

#### 2. Krisis

Pada tahap ini Humas sudah sigap dan berani menghadapi krisis yang sedang terjadi yaitu dengan merespon krisis untuk dapat lebih lanjut mengelola agar krisis mereda.

#### 3. Pasca Krisis

Setelah krisis mereda, perusahaan perlu melakukan kegiatan evaluasi terkait respon dan memperbaiki strategi yang digunakan agar dapat mencegah terulangnya kasus yang sama. Dengan melakukan analisis serta menilai efektivitas dari strategi yang digunakan serta memperbaiki reputasi perusahaan agar citra perusahaan bagus kembali dengan melalui pendekatan komunikasi dua arah.

### 2.1.3 Tujuan Komunikasi Krisis

Menurut Taryana (2023) Tujuan dari komunikasi krisis adalah untuk mengelola situasi darurat dengan menerapkan beberapa cara, sehingga perusahaan atau organisasi dapat meminimalisir dari dampak negatif terhadap reputasi dan operasional. Tidak hanya itu Taryana (2023) juga menambahkan bahwa tujuan dari komunikasi krisis tidak jauh dari kegiatan memberikan informasi yang jelas, membangun kepercayaan secara internal dan eksternal dan juga untuk melindungi reputasi perusahaan.

Selain itu tujuan komunikasi krisis menurut Yanto (2020) menjelaskan mengenai tujuan komunikasi krisis bagi perusahaan. Tujuan komunikasi krisis tersebut bertujuan untuk mengatasi situasi krisis. Tujuan komunikasi krisis tidak hanya berfokus tentang bagaimana untuk mempertahankan reputasi perusahaan. Tetapi tujuan komunikasi krisis juga dapat dikategorikan menjadi dua bagian yaitu tujuan komunikasi krisis dan eksternal. Sebab sebuah perusahaan atau organisasi tidak dapat terlepas dari krisis secara internal dan eksternal.

Menurut Rakhmaniar (2024) menjelaskan mengenai tujuan komunikasi krisis secara internal. Menggunakan komunikasi krisis merupakan kesempatan untuk memperkuat nilai-nilai inti organisasi seperti membangun rasa kepedulian kepada sesama. Kemudian Rakhmaniar (2024) juga menambahkan mengenai tujuan komunikasi krisis secara internal dapat meminimalkan dampak secara negatif serta mengurangi gangguan di kalangan internal.

Sedangkan tujuan komunikasi secara eksternal menurut Jeconiah (2025) menjelaskan bahwa tujuan dari komunikasi krisis selalu berkaitan dengan mempertahankan kepercayaan publik dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan. Selain itu Jeconiah (2025) juga menambahkan tujuan komunikasi krisis secara eksternal juga dibentuk agar dapat mengelola persepsi publik melalui penyampaian pesan yang dirancang untuk membangun citra positif melalui peran media.

#### 2.1.4 Strategi Komunikasi Krisis

Kunci dari penanganan krisis yaitu dalam penanganannya harus menggunakan komunikasi krisis. Humas harus dapat mementingkan atau memprioritaskan kepentingan dan keselamatan perusahaan di mata publik. Menurut Silvani (2020) berikut ini beberapa strategi komunikasi krisis dalam menangani krisis

##### 1. Membuat tim komunikasi krisis

Adanya tim komunikasi krisis adalah salah satu tindakan awal yang harus dipersiapkan dalam membangun manajemen krisis. Kegiatan dari perencanaan ini komunikasi krisis seperti penentuan tujuan dan tugas, keterbukaan dan menjalani komunikasi efektif, Membuat kegiatan *brainstorming* dengan tujuan membuat tim komunikasi krisis agar lebih dapat berfikir secara kreatif serta memberi inovasi dengan memberikan ide-ide serta solusi dari setiap masalah yang ada. Selain itu, tim komunikasi krisis juga harus dapat memanfaatkan komunikasi digital untuk menyalurkan informasi secara cepat dan tepat. Tim komunikasi krisis dapat dibentuk dari beberapa divisi atau pakar di bidang masing-masing seperti pakar konsultasi, ekonomi, hubungan masyarakat. Keberagaman latar belakang ini dapat

memperkaya perspektif tim.

## 2. Membangun hubungan dengan media massa

Menciptakan hubungan dengan media massa dapat membantu dalam menangani krisis. Tujuannya untuk mengurangi perspektif dan spekulasi publik terhadap perusahaan di awal-awal krisis. Jika perspektif dan spekulasi tidak ditangani dengan cepat maka akan memunculkan rumor yang memungkinkan dapat lebih dipercaya dan dianggap sebagai suatu kebenaran. Oleh sebab itu media massa menjadi mediasaluran informasi yang dapat dijadikan karena media massa dapat membuat kontrol narasi seputar krisis, selain itu kepercayaan publik ke media massa dapat menjadi batu loncatan perusahaan untuk membangun kembali reputasi serta meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata publik.

## 3. Tidak menutupi informasi dan berhati-hati dalam menyampaikan informasi

Perusahaan tidak boleh memilih-milih informasi mereka harus menyampaikan informasi yang positif dan menyembunyikan negatif. Mereka juga harus selalu memberikan update informasi. Meskipun negatif harus disampaikan. Sangat penting untuk menjaga agar informasi negatif ini tidak merusak reputasi organisasi. Informasi harus disampaikan dengan sangat hati-hati agar tidak menimbulkan masalah baru dan memperburuk keadaan.

## 4. Mengumpulkan serta menyusun fakta-fakta yang konkrit

Mengumpulkan fakta-fakta dan menyusun pernyataan untuk disampaikan kepada publik. Tujuannya adalah untuk mengurangi risiko, kepanikan, dan kekhawatiran masyarakat. Jika perusahaan tidak memberikan informasi sejak awal.

### 2.1.5 Penanganan Komunikasi Krisis

Penanganan krisis pengertian penanganan menurut Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) merujuk kepada proses, cara, perbuatan, menangani, penggarapan. Sedangkan menurut Fandy (2017) Menjelaskan bahwa penanganan tidak hanya melibatkan penyelesaian masalah tetapi berfokus kepada pertimbangan keadilan sebuah prosedur. Untuk menunjukkan bahwa penanganan juga dapat mempengaruhi persepsi publik. Bentuk penanganan yang efektif di dimulai dengan cara mengidentifikasi sumber masalah dan berusaha untuk mencegah agar krisis tidak terulang di masa depan hal ini menunjukkan bahwa pentingnya menganalisis secara mendalam setiap proses penanganan

Berdasarkan pengertian diatas penanganan merupakan suatu tindakan yang bisa berupa, mengendalikan dan mengelola untuk menyelesaikan suatu krisis. Penanganan yang cermat tentu untuk mencapai suatu tujuan dalam perusahaan dengan mencakup langkah-langkah yang harus digunakan untuk mengatasi krisis secara sistematis. Secara general penanganan melibatkan berbagai aspek mulai dari dasar sampai mengimplementasi dari penanganan yang dibuat untuk menyelesaikan krisis secara efektif. Menurut Syam (2022) menjelaskan beberapa langkah yang dapat digunakan sebagai landasan untuk penanganan krisis sebagai berikut :

#### 1. Mengidentifikasi

Pada tahapan ini seorang Humas harus dapat mengidentifikasi penyebab munculnya krisis. Pengidentifikasi ini biasanya dilakukan dengan menggunakan Analisis PEST ( Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) penggunaan analisis pest ini dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor penyebab berkembangnya isu krisis menjadi sebuah krisis. Humas harus memiliki kemahiran untuk mendeteksi krisis.

## 2. Pengumpulan data

Setelah mengidentifikasi krisis, data-data akan dihasilkan mulai dari informasi yang relevan atau jaringan yang dapat menyebabkan krisis. Pada tahapan ini dapat membantu untuk memahami konteks serta dampak dari krisis yang muncul.

## 3. Pembatasan Ruang Lingkup Krisis

Membatasi ruang lingkup krisis merupakan tindakan terpenting dalam menangani krisis. Hal ini bertujuan untuk menentukan fokus masalah penanganan krisis. Selain pembatasan ruang lingkup krisis. Keterlibatan *stakeholder* juga perlu untuk ditangani sesuai dengan tingkat kepentingan *stakeholder* dan juga untuk membantu Humas dalam menentukan siapa saja yang terlibat dalam menangani krisis.

## 4. Penerapan program

Fase ini menjadi penentu apakah krisis bisa diperbaiki atau malah sebaliknya. Oleh sebab itu pada penerapan program ini diharapkan dapat membantu mengurangi krisis seperti memberikan tanggung jawab, menjelaskan dan memberikan informasi terkait krisis serta berdiskusi bersama pihak-pihak yang terkait dengan krisis.

## 5. Evaluasi dan pemulihan reputasi

Tahapan ini merupakan bagian akhir dari proses penanganan krisis selain itu menjadi tahapan untuk menilai penerapan program tentang keefektifitasan program juga menjadi tahapan untuk memperbaiki rencana dengan menganalisis kekurangan dalam penanganan krisis serta melakukan perbaikan dari program penanganan krisis. Selain itu evaluasi ini juga dapat membantu untuk memahami dampak krisis

terhadap reputasi perusahaan dan membuat langkah untuk memperbaiki reputasi perusahaan.

### 2.1.6 Humas

*Public Relations* atau juga disebut dengan humas memiliki beberapa definisi- definisi yang banyak tetapi memiliki pengertian yang sama. Menurut Karim & Wutun (2023) Keberadaan humas memiliki peran yang sangat penting dan krusial karena menjadi jembatan penghubung antara perusahaan dan publik. Kemudian menurut Mustafa (2022) menyebutkan bahwa humas merupakan divisi yang memiliki peran yang besar, humas sendiri berperan sebagai komunikator dan juga menciptakan, meningkatkan serta menjaga citra perusahaan dimata publik.

Kemudian menurut Mangeya (2022) mendefinisikan bahwa Humas merupakan komunikasi yang dirancang dengan sebuah perencanaan yang dapat memikat khalayak. Sedangkan menurut Heath (2010) mendefinisikan Humas sebagai gambaran fungsi yang dapat mempengaruhi proses keputusan untuk mencapai tujuan tertentu berfokus kepada kepentingan publik dan tujuan perusahaan. Secara singkat seorang Humas tidak hanya berperan sebagai penyampaian pesan tetapi juga membangun hubungan secara internal dan eksternal.

Menurut Karim & Wutun (2023) menambahkan penjelasan bahwa humas harus dapat menciptakan kesan positif kepada pihak yang diajak berkomunikasi terhadap perusahaan atau organisasi selain itu humas harus mampu menjadi informan yang baik bagi perusahaan. Dari penjelasan diatas humas merupakan divisi yang memiliki peran pengaruh yang besar bagi perusahaan atau organisasi. Fungsi humas secara general yaitu memelihara hubungan antar organisasi atau

publik untuk saling memberikan keuntungan serta bertujuan untuk meningkatkan serta menjaga citra perusahaan

### 2.1.6.1 Peran dan Tujuan Humas

Menurut Ruslan (Karim & Wutun, 2023) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi” menyebutkan bahwa humas memiliki beberapa peran yang dibagi menjadi empat kategori yaitu :

#### 1. *Communicator*

Ini mengacu pada kemampuan untuk berkomunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak, elektronik, lisan, atau tatap muka, dan sebagainya.

#### 2. *Relationships*

Humas harus dapat memiliki kemampuan untuk melakukan peran humas seperti membantu lembaga menjalin hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal. Selain itu, mereka berusaha untuk menumbuhkan kepercayaan, pengertian, dukungan, kerja sama, dan toleransi antara kedua belah pihak.

#### 3. *Back Up Management*

Memberikan dukungan untuk membantu kegiatan-kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia, dan sebagainya, untuk mencapai tujuan bersama dalam kerangka tujuan utama organisasi

#### 4. *Good Image Maker*

Implementasi kehumasan seperti menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi, dan sekaligus tujuan utama bagi aktivitas humas yaitu membangun citra atau nama baik organisasi, produk, dan lembaga yang diwakilinya.

### 2.1.6.2 Fungsi Humas

Fungsi Humas adalah beraneka ragam dan bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pihak *stakeholders* hingga *shareholders* berikut ini beberapa fungsi dari *public relation*. Berikut ini fungsi Humas menurut Farhan (2023) dalam judul “Pengaruh Manajemen Krisis Kasus *Hacker* Bjorka Terhadap Reputasi Kementerian Komunikasi Dan Informatika”.

#### 1. Membangun citra perusahaan dipadukan dengan aktivitas pemasaran

Fungsi Humas dalam hal ini selain membanun citra perusahaan yang baik dan tetap melakukan kegiatan penjualan produk untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

#### 2. Seorang Humas harus memiliki sifat loyalitas

Dalam melaksanakan tugas seorang Humas harus mengedepankan kepentingan umum, tidak hanya kepentingan pribadi. Terlebih lagi kegiatan yang Humas lakukan berkaitan erat dengan kepentingan umum.

#### 3. Menjadi penghubung dan memelihara hubungan dengan baik

Suatu hubungan baik yang berhasil harus senantiasa memelihara hubungan tersebut baik secara internal maupun eksternal. Agar ketika terjadinya krisis hubungan tersebut tetap harmonis.

### 2.1.6.3 Hubungan Media Humas

Menurut Iswandi (2019) dalam bukunya yang berjudul *Media Relations Teori, Strategi, Praktik dan Media Intelijen*. Menyebutkan bahwa humas harus dapat membangun hubungan dengan media baik secara internal dan eksternal.

Berikut ini merupakan media relations internal dan eksternal menurut Iswandi (2019) :

### 1. Pentingnya Komunikasi Internal

Humas harus memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada karyawan adalah akurat dan dapat dipahami agar dapat menumbuhkan kepercayaan dan keterlibatan karyawan dalam perusahaan.

### 2. Penggunaan Media Internal

Humas juga harus memanfaatkan berbagai saluran komunikasi internal seperti buletin, papan pengumuman, press release, atau aplikasi komunikasi seperti Whatsapp untuk menyampaikan informasi penting kepada karyawan. Ini membantu menjaga semua karyawan tetap mendapatkan informasi tentang kebijakan, perubahan, atau berita terbaru mengenai perusahaan.

### 3. Membangun Budaya Perusahaan

*Media relations* internal juga berperan dalam membangun budaya perusahaan yang positif. Humas dapat mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan, menciptakan lingkungan kerja yang suportif, membangun komunikasi yang terbuka dan transparan melalui ide, masukan serta keluhan karyawan dan memfokuskan terhadap kesejahteraan karyawan.

## 2.2 *Situational Crisis Communication Theory*

*Situational Communication Crisis Theory* merupakan salah satu teori yang sering digunakan untuk membantu memecahkan permasalahan krisis yang melanda perusahaan atau organisasi. Teori SCCT pertama kali dikembangkan oleh Timothy Coombs. Menurut Widyanto (2022) dalam praktiknya teori SSCT merupakan teori yang dikembangkan dari teori atribusi yaitu untuk menguji dan membuat

rekomendasi untuk menyusun sebuah strategi respon krisis.

Menurut Coombs & Holladay (2022.) Sebuah krisis tentu saja adalah hal yang tidak terduga dan berdampak buruk, memicu keputusan atau tindakan yang diikuti dengan tanggung jawab atau konsekuensi. Teori SCCT sudah dikenal luas sebagai kerangka berpikir dan tindakan bagi Humas untuk menyesuaikan strategi komunikasi krisis dengan tingkat tanggung jawab *stakeholders* dan ancaman reputasi yang mengarahkan.

Humas dalam memilih pendekatan komunikasi untuk menangani krisis. Setiap langkah yang diambil perusahaan untuk menyelesaikan krisis harus direncanakan dengan baik atau menggunakan strategi yang tepat, karena ancaman reputasi didefinisikan sebagai seberapa besar kerusakan yang disebabkan oleh krisis jika organisasi tidak melakukan apa-apa untuk menanganinya. Teori SCCT membantu Humas dalam mengukur kondisi krisis untuk mengetahui seberapa berbahaya reputasi organisasi.

### **2.2.1 Konsep Dasar SCCT**

Konsep dasar dari teori scct diawali dengan teori atribusi. Coombs dalam (Widyanto dkk., 2022) menjelaskan tentang bagaimana teori atribusi dan SCCT saling terikat dalam komunikasi krisis terutama untuk memahami tentang bagaimana publik melihat dan merespon krisis yang sedang melanda perusahaan. Combs menjelaskan mengenai hubungan kedua teori tersebut.

Teori atribusi berfokus tentang bagaimana seorang publik menafsirkan penyebab krisis terutama krisis negatif dan krisis yang tidak terduga. Dalam konteks ini publik akan meneliti terkait penyebab krisis serta menilai tentang bagaimana perusahaan bereaksi terhadap krisis (Widyanto dkk., 2022).

Dalam teori atribusi ada beberapa unsur penting seperti publik akan lebih mencari penyebab serta alasan tentang adanya krisis selain itu, publik juga akan melihat tentang seberapa tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal ini akan mengundang reaksi publik baik negatif atau positif dan memberikan dampak pada reputasi perusahaan jika proses persepsi tanggung jawab negatif di mata publik (Widyanto dkk., 2022).

Dari beberapa aspek di atas W. Timothy Coombs (dalam Widyanto dkk., 2022) mengembangkan teori atribusi menjadi *situational crisis communication theory* dengan menggunakan dasar-dasar teori atribusi untuk membantu perusahaan dalam merespon krisis dengan efektif dan cepat.

Teori SCCT sangat menekankan tentang pentingnya memahami tipe krisis serta tanggung jawab yang tepat untuk mengatasi krisis dan untuk tidak menjadi ancaman bagi perusahaan. Hubungan kedua teori ini menjadikan atribusi sebagai landasan SCCT dengan menjelaskan prinsip-prinsip atribusi ke dalam konteks komunikasi krisis.

Selain itu perusahaan juga harus memberikan respon terhadap krisis serta mempertimbangkannya di mata publik. Maka penanganan yang sesuai untuk mempengaruhi respon publik dengan membuat strategi permintaan maaf atau ganti rugi untuk memperbaiki reputasi. Dan keterkaitan yang terakhir yaitu SCCT menggunakan teori atribusi untuk mengevaluasi terkait krisis dan ancaman serta memberi dukungan terkait respon yang dijalankan.

### 2.2.2 Kategori SCCT

W. Timothy Coombs dalam Widiyanto (2022) mengidentifikasi beberapa faktor penyebab krisis berdasarkan tipe-tipe krisis menjadi tiga kategori agar perusahaan dapat mengalokasikan tingkat tanggung jawab. Ketiga kategori tersebut adalah :

1. *Victim Cluster* (Korban)

Pada kategori ini Coombs menjelaskan beberapa contoh kasus yang dapat dirasakan perusahaan seperti bencana alam dan kekerasan di tempat kerja

2. *Accidental Cluster* (Tidak disengaja)

Coombs menjelaskan bahwa pada klaster ini perusahaan dapat memiliki tanggung jawab kecil atas insiden yang terjadi di perusahaan seperti kesalahan teknis dan adanya kesalahan pada produk.

3. *Preventable Cluster* (Klaster yang dapat dicegah)

Pada kategori ini menjelaskan bahwa krisis-krisis yang terjadi atas kesalahan manusia seperti kerusakan produk karena kesalahan manusia, Kelakuan buruk perusahaan. Pada kategori ini perusahaan sepenuhnya melakukan tanggung jawab atas krisis yang mereka buat dan dengan memberikan tanggung jawab.

### 2.2.3 Strategi Respon SCCT

Selain memberikan beberapa kategori untuk mengidentifikasi krisis. Coombs dalam (Widiyanto dkk., 2022) juga memberikan beberapa landasan strategi terhadap respon krisis berdasarkan tingkat tanggung jawab serta ancaman reputasi. Berikut beberapa strategi krisis SCCT :

### 1. *Denail* (Menyangkal)

Dalam kategori ini perusahaan akan menolak bahwa krisis sudah terjadi sebab hal tersebut dapat menjadi strategi yaitu dengan menyangkal bahwa tuduhan tersebut tidak benar atau bahkan menyerang pihak yang mengajukan tuduhan atau kritik kepada perusahaan.

### 2. *Diminish* (Mengurangi)

Pada fase ini perusahaan akan mengakui adanya krisis yang sedang terjadi tetapi perusahaan masih tetap berusaha untuk meminimalisir dampak kerugian. Tahap *diminish* juga dibagi menjadi dua bagian. *Excuse* yaitu menjelaskan bahwa krisis terjadi tanpa adanya pihak lain yang ikut mengontrol perusahaan sehingga menimbulkan krisis. *Justification* adalah pihak perusahaan harus bertanggung jawab dengan menjelaskan bahwa tindakan yang telah mereka lakukan tidak seburuk seperti apa yang dipersepsikan masyarakat.

### 3. *Rebuild* (Membangun)

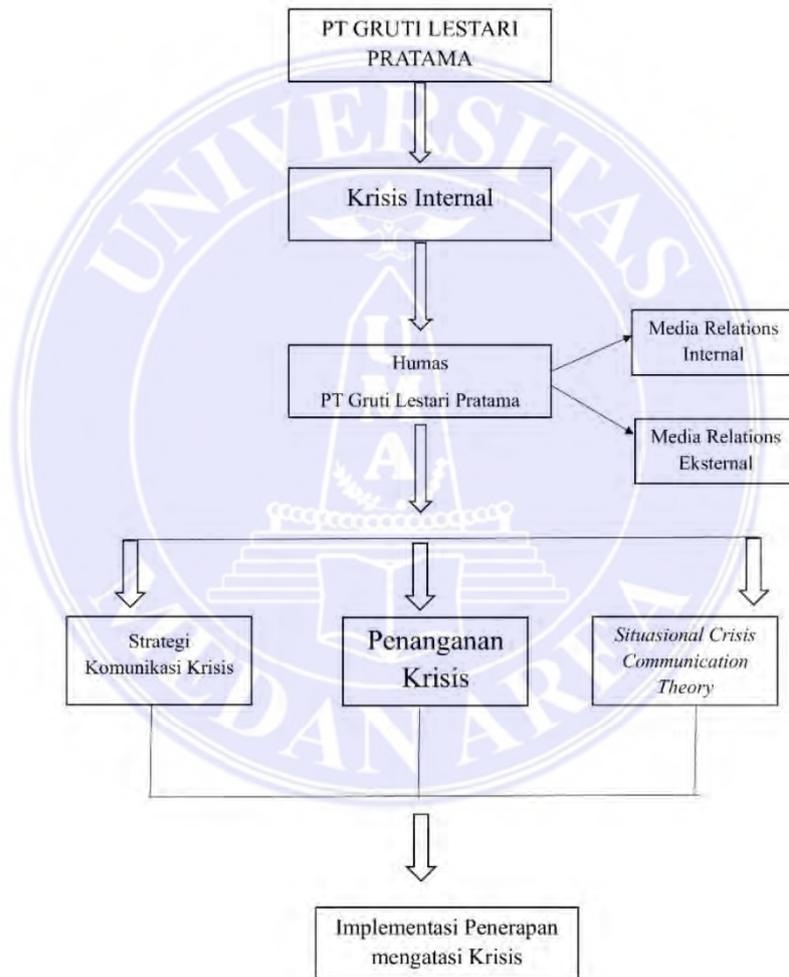
Tahapan ini perusahaan akan melakukan pengakuan serta meminta maaf kepada publik dengan memberikan kompensasi kepada pihak-pihak yang dirugikan akibat krisis

### 4. *Blostering* (Memperkuat)

Tahapan paling akhir ini berfokus tentang bagaimana upaya untuk mendapatkan dukungan publik dan pihak-pihak yang terikat dengan perusahaan dengan berusahamendapatkan simpati dan dukungan dari publik dengan menjual kesedihan akibat krisis yang telah terjadi dan juga mengingatkan bahwa perusahaan ikutberkontribusi dalam kegiatan positif sebelumnya.

### 2.3 Kerangka Berfikir

Berikut ini adalah kerangka berfikir yang menjadi acuan untuk melakukan penelitian. Berdasarkan teori yang digunakan yaitu teori SCCT dimana kerangka berfikir ini berfokus pada analisis komunikasi dalam penanganan krisis pada PT Gruti Lestari di Mandailing Natal.



Gambar 2. Kerangka Berpikir  
Sumber : Penulis, 2025

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Isyraqi Khairy Siregar, Kurniati Putri Heairina	2021	Komunikasi Krisis PT. Jouska Finansial Indonesia Dalam Pemulihan Citra Perusahaan	Kualitatif Deskriptif	Menggunakan kualitatif deskriptif	Menggunakan teori pemulihan citra
2	Lesmana Nahar	2021	Komunikasi Krisis Pemerintahan Indonesi Menghadapi COVID-19	Kualitatif	Menggunakan strategi komunikasi krisis	Penanganan krisis karna adanya virus COVID-19
3	Diah Widiargun, Prisca Dwi Puspa K, Eka Wulandari, Abdul Rafi J, Isniyunisyafina DiahDelima	2022	Peran <i>Humas</i> Dalam Isu Dan Krisis PT. Pertamina (Persero)	Kualitatif	<i>Humas</i> dalam menangani isu agar tidak berdampak kerugian finansial	<i>Corporate Governance</i>
4.	Guntur Widayanto, Natasya Annisa Putri, Nur Afifah Putri	2022	Analisis Strategi Kemnaker RI Dalam Merespon Terjadinya Krisis Berdasarkan Teori SCCT	Kualitatif	Penerapan teori SCCT	Rumusan masalah mengenai peraturan Kemnaker
5.	Dini Yuanita	2021	Peran <i>Key Opini Leader</i> Dalam	Kualitatif	Peran <i>Humas</i>	Menggunakan teori

No	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Strategi <i>Public Relation</i> Pada Komunikasi Krisis Perusahaan		membuat strategi penanganan krisis dan memperbaiki citra	SMCC dan media sosial sebagai media penyebaran informasi
6.	Dani M. Akhyar, Arum Sekar Pratiwi	2019	Media Sosial Dan Komunikasi Krisis : Pelajaran Dan Industri Telekomunikasi Di Indonesia	Kualitatif Deskriptif	Penerapan Teori SCCT	Krisis terjadi di media sosial
7	Marwan Nusuf, B.Hsc, M. Safrizal AR, S. Sos, MM	2022	Komunikasi Krisis Strategi Menjaga Reputasi Bagi Organisasi Pemerintah	Kajian literatur dan analisis konseptual	Teori SCCT	Instrumen penelitian oleh Pemerintah
8	Bayu Anggriyani, Alvian Jelang Ramadhan	2023	Strategi Penanganan Krisis Dalam Kajian <i>Corporate Communication</i> (Studi Kasus Manajemen Krisis Program Marsipature Pada Perusahaan Tambang Di Sumut)	Kualitatif deskriptif dan pengumpulan data melalui etnografi	Metode penelitian kualitatif deskriptif	Penanganan krisis kajian <i>corporate communication</i>

Sumber: Penulis, 2025

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Burhan Bungin dalam Juliana dkk (2022) menjelaskan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi, atau fenomena yang ada di masyarakat. Ini berfokus pada menampilkan fenomena sebagai karakteristik atau gambaran dari kondisi tertentu

Menurut Bungin dalam Juliana (2022) Pendekatan deskriptif dalam penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena sosial secara mendalam dan detail berdasarkan perspektif subjek yang diteliti. Pendekatan ini berfokus pada pengumpulan data berupa narasi, kata-kata, atau pengalaman yang memberikan pemahaman tentang makna di balik suatu peristiwa atau interaksi sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami analisis strategi komunikasi dalam penanganan krisis di PT Gruti Lestari terkait kasus keracunan makanan di kalangan karyawan Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti melakukan observasi langsung dengan bertemu dengan para informan penelitian untuk mengumpulkan data, serta melakukan analisis selama proses penelitian. Oleh karena itu pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

### 3.2 Instrument Penelitian

Peneliti sendiri adalah alat atau alat penelitian dalam penelitian ini. Peneliti langsung terjun ke lapangan untuk melihat dan mengamati bagaimana analisis komunikasi dalam penanganan krisis pada PT Gruti Lestari. Peneliti juga menggunakan buku catatan lapangan, pedoman wawancara, dan pedoman observasi selama proses penelitian untuk mengumpulkan data.

### 3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini di PT Gruti Lestari tepatnya di Desa Simpang Durian Kec Lingga Bayu Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara. Berikut ini merupakan tabel waktu penelitian yang digunakan penulis selama masa penelitian terkait analisis komunikasi dalam penanganan krisis pada PT Gruti.

Tabel 2. Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Waktu Penelitian					
		Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024
1.	Pengajuan Judul						
2.	Penyusunan Proposal						
3.	Seminar Proposal						
4.	Revisi Proposal						
5.	Riset/Penelitian Lapangan						
6.	Penyusunan Hasil Penelitian						
7.	Seminar Hasil & Revisi						
8.	Sidang Akhir						

Sumber : Penulis, 2025

### 3.4 Kriteria Informan

Seorang informan harus memiliki informasi yang mendalam terkait masalah yang akan diteliti. Tidak hanya mengetahui hal-hal general tetapi juga memiliki pengetahuan yang spesifik. Seperti mempunyai pengalaman langsung terkait permasalahan penelitian dengan memiliki kemampuan menggambarkan fenomena yang telah terjadi. Informan juga harus memiliki pengetahuan mengenai objek penelitian yang memadai sehingga memberikan informasi yang mendalam dan relevan. Selain itu ketersediaan informan untuk terlibat dalam kegiatan penelitian ini seperti wawancara dan beberapa proses untuk pengumpulan data. Dan yang terakhir persetujuan informan juga merupakan hal yang harus diperhatikan karna sebagai bentuk menjaga etika penelitian.

Peran informan dalam penelitian selain menjadi pusat informasi peneliti tetapi seorang informan juga memiliki posisi yang sama dengan peneliti. Dalam penelitian terkait analisis komunikasi dalam penanganan krisis di PT Gruti Lestari maka informan penelitian ini adalah :

1. Humas PT Gruti Lestari
2. Karyawan/Korban Gejala Berat
3. Karyawan/Korban Gejala Ringan
4. *Stakeholder* PT Gurti Lestari Pratama
5. Masyarakat Sekitar PT Gruti Lestari

### 3.5 Sumber Data

#### 3.5.1 Data Primer

Data primer ini merujuk kepada data yang diperoleh penulis sebagai landasan kuat terhadap kasus yang sedang diteliti melalui interaksi dengan

informan secara langsung. Pengumpulan data primer menggunakan metode seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.

### 3.5.2 Data Sekunder

Data yang digunakan sebagai pendukung data primer. Maka, data sekunder tersebut berasal dari jurnal-jurnal terdahulu dengan mengusung tema yang sama yaitu mengenai komunikasi krisis. Selain itu didapatkan dari buku, artikel, sebagai pendukung data primer.

### 3.6 Triangulasi

Menurut Bungin dalam Juliana (2022) triangulasi merupakan sebuah teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kevaliditasan data yang telah dikumpulkan. Triangulasi sendiri merupakan teknik pengumpulan data-data yang dihasilkan dari teknik pengambilan data. Untuk mendapatkan data yang utuh maka triangulasi dibutuhkan untuk menghasilkan data yang kredibilitas setelah semua data dikumpulkan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan model triangulasi sumber yang melibatkan mengumpulkan data dengan menggali informasi melalui metode ataupun sumber data seperti wawancara dengan para informan dan narasumber, penulis juga menggunakan observasi partisipatif yaitu penulis ikut langsung terlibat dalam kegiatan sehari-hari. Dengan melakukan observasi partisipatif ini maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, jelas dan konkrit. Selain itu triangulasi sumber juga membutuhkan dokumen tertulis seperti arsip, catatan resmi ataupun foto yang dapat dijadikan sumber data.

### 3.7 Teknik Pengambilan Data

Bungin (dalam Juliana dkk, (2022) menjelaskan mengenai beberapa teknik

yang bisa digunakan untuk pengambilan data dilapangan untuk mendapatkan informasi yang relevan dan mendalam. Teknik pengumpulan data menurut bungin antara lain:

1. Observasi

Observasi adalah sumber data dari segala ilmu pengetahuan. Data didapatkan melalui observasi yaitu seorang peneliti harus mengamati secara langsung terkait kegiatan yang dilakukan oleh karyawan dan Humas PT Gruti Lestari.

2. Wawancara

Setelah data hasil observasi didapatkan maka tahapan selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan pihak terkait. Bungin menjelaskan peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur untuk mengumpulkan data. Wawancara terstruktur ini menjelaskan bahwa peneliti sudah menyiapkan pertanyaan terkait rumusan masalah penelitian yang akan diajukan kepada informan. Setelah mendapatkan jawaban dari informan maka peneliti juga tetap mengembangkan informasi tersebut menjadi data pendukung penelitian.

3. Dokumentasi

Pada tahap ini peneliti membutuhkan data berupa foto kegiatan, peraturan Perusahaan. Peneliti juga mengumpulkan dokumen seperti aturan komunikasi PT Gruti, Laporan monitoring dan dokumen lain yang mendukung penelitian ini.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan sebagai bentuk rumusan untuk menjawab permasalahan yang sudah dirumuskan dalam bentuk proposal. Dalam penelitian kualitatif teknik analisis data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan

menggunakan teknik pengumpulan data dan triangulasi dapat masih terus dilakukan secara terus-menerus sehingga datanya jenuh.

Analisis data menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Juliana (2022) mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus berlangsung secara terus menerus hingga datanya jenuh. Analisis data model Miles dan Huberman dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

### 1. *Data Collection*/Pengumpulan Data

Awal dari metode kualitatif yaitu dengan melakukan pengumpulan data dengan melalui observasi, wawancara, dokumentasi serta triangulasi. Data yang ada di lapangan secara umum didapatkan dengan berhari-hari sehingga data yang diperoleh akan bervariasi.

### 2. *Data Reduction*/Data Reduksi

Pada fase selanjutnya adalah reduksi data. Data yang telah dikumpulkan kemudian dikategorikan sesuai dengan kategori yang dibuat oleh peneliti. Data display secara umum masih belum teratur dan akan lebih rumit jika tidak disesuaikan dengan kategori. Dengan menggunakan data reduksi akan memudahkan peneliti untuk merangkum, mengambil data pokok dan tidak memasukan data yang tidak relevandengan rumusan masalah.

### 3. *Data Display*/Penyajian Data.

Pada tahap ini data yang telah direduksi selanjutnya akan disajikan. Data display pada umumnya berbentuk teks naratif, bagan, flowchart, uraian singkat hingga hubungan antar kategori. Menurut Miles dan Huberman Data display pada

penelitian kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif.

#### 4. *Verification Data.*

Tahapan akhir dari analisis data yaitu memverifikasi data yang telah disajikan. Menurut Miles dan Huberman verifikasi data adalah penarikan sebagai sebuah kesimpulan yang dapat menjawab rumusan permasalahan penelitian. Kesimpulan dalam kualitatif dapat menjadi temuan baru berupa deskriptif atau gambaran objek penelitian yang sebelumnya masih tersamarkan sehingga setelah diteliti dapat menjadi titik terang dari rumusan masalah.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan skripsi berjudul "Analisis Komunikasi dalam Penanganan Krisis pada PT Gruti Lestari di Kabupaten Mandailing Natal", dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan elemen krusial dalam kehidupan manusia dan organisasi, termasuk perusahaan. Krisis komunikasi dapat terjadi ketika pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan pemahaman yang diterima, sehingga komunikasi krisis hadir sebagai solusi untuk mengelola dan mengatasi situasi tersebut. Dalam konteks perusahaan, komunikasi krisis berperan penting dalam meminimalkan dampak kerugian finansial dan menjaga citra perusahaan di mata publik.

Studi ini menunjukkan bagaimana PT Gruti Lestari, perusahaan perkebunan dan pengolahan kelapa sawit, menggunakan komunikasi krisis dalam operasinya. Humas perusahaan menjaga hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingannya, menjaga citra perusahaan, dan menerapkan teori komunikasi krisis seperti *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), yang didirikan oleh Timothy W. Coombs. Teori ini menekankan betapa pentingnya menentukan respons yang tepat terhadap krisis berdasarkan tanggung jawab dan kategori perusahaan.

Namun, analisis lebih mendalam diperlukan tentang bagaimana perusahaan mengelola komunikasi internal dan eksternal selama krisis, serta bagaimana metode strategi penanganan komunikasi berdampak pada persepsi publik dan keberlanjutan operasi perusahaan. Penelitian ini memberikan landasan penting untuk memahami peran komunikasi dalam penanganan krisis dan upaya untuk mempertahankan keberlanjutan perusahaan di tengah tantangan saat ini.

## 5.2 Saran

Beberapa saran berikut diajukan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan strategi penanganan krisis di perusahaan. PT Gruti Lestari perlu lebih menekankan pentingnya membangun sistem komunikasi yang responsif dan transparan, baik secara internal maupun eksternal. Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan prosedur standar (SOP) yang jelas untuk penanganan krisis, yang mencakup protokol komunikasi yang terstruktur dan melibatkan seluruh elemen perusahaan, serta pemanfaatan berbagai media komunikasi internal untuk memastikan penyebaran informasi yang cepat dan akurat kepada karyawan.

Selain itu, disarankan agar perusahaan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang komunikasi krisis melalui pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan. Pelatihan ini harus mencakup pemahaman mendalam mengenai teori-teori komunikasi krisis, seperti *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), serta keterampilan praktis dalam merespons berbagai jenis krisis secara efektif. Investasi dalam peningkatan kemampuan Humas juga sangat penting, dengan memberikan mereka dukungan dan sumber daya yang memadai untuk menjalankan peran strategis sebagai penghubung antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Dengan demikian, PT Gruti Lestari dapat lebih siap dan responsif dalam menghadapi berbagai potensi krisis di masa depan, serta menjaga citra positif di mata publik dan pemangku kepentingan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almadina Rakhmaniar. (2024). Komunikasi Krisis Dalam Organisasi: Analisis Naratif Tentang Pengelolaan Konflik Internal. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 2(2), 113–127. <https://doi.org/10.62383/risoma.v2i2.243>
- Farhan, M. (2023). Pengaruh Manajemen Krisis Kasus *Hacker* Bjorka Terhadap Reputasi Kementerian Komunikasi Dan Informatika. <https://repository.umj.ac.id/17385/>
- Fitri, A. N., Fitri, F., Karim, A., & Rachmawati, F. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Maskapai Penerbangan di Indonesia (Studi Analisis Komunikasi Krisis Adam *Air*, *Air* Asia dan Sriwijaya *Air* dalam Menghadapi Krisis Kecelakaan Pesawat melalui Prespektif Komunikasi Islam). *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, dan Komunikasi (IMPRESI)*, 1(2), 89. <https://doi.org/10.20961/impresi.v1i2.49142>
- Jeconiah, C. (2025). Strategi Manajemen Krisis Gojek : Peran Komunikasi, Media, Dan Implikasi Bagi Perusahaan Teknologi *Open Access*, 7(5).
- Juliana, R., Asmara, S., & Kurniawati, D. (2022). Manajemen Komunikasi Krisis Direktorat Jendral Pajak Dalam Mengatasi Dampak Negatif Dari Pemberitaan Pajak Pertambahan Nilai Barang Kebutuhan Pokok. *Komunika*, 18(2), 17–35. <https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9545>
- Karim, R., & Wutun, M. (2023). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan Kelas III Kupang). 3(1).
- Mustafa, R. (2022). Pengaruh harga CPO(*Crude Palm Oil*) Di Global Market Terhadap Harga Minyak Di Pasar Domestik. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1565–1574. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.209>
- Purba, B. (2020). Pengaruh *Public Relations* Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang. *Network Media*, 1(1). <https://doi.org/10.46576/jnm.v1i1.604>
- Taryana, A. (2023). Peran Humas, Media Digital, dan Manajemen Opini Publik di Pertamina Internasional EP. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 403–414. <https://doi.org/10.54082/jupin.173>
- Widyanto, G., Putri, N. A., & Putri, N. A. (2022). Analisis Strategi Kemnaker RI Dalam Merespon Terjadinya Krisis Berdasarkan Teori SCCT (Studi Kasus Penolakan Penerbitan Permenaker RI Nomor 2 Tahun 2022 tentang Tata Cara dan Persyaratan Pembayaran Manfaat Jaminan Hari Tua). *BroadComm*, 4(2), 40–50. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i2.241>
- Yanto, Y. (2020). *Communication Of Village Government Crisis In The Covid Pandemic 19 In Bikuk Air*. *SENGKUNI Journal (Social Science and Humanities Studies)*, 1(1), 12–23. <https://doi.org/10.37638/sengkuni.1.1.12-23>

- Yuanita, D. (2021). Peran *key opinion leader* dalam strategi *public relations* pada komunikasi krisis perusahaan. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.29693>
- Zaiza, A. (2021). Analisis Efektivitas Komunikasi Krisis PT A: Studi Kasus Sangkaan Pengambilan Air Tanah Secara Ilegal. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 20. <https://doi.org/10.37535/103001120202>

#### Referensi Buku :

- Bundy, J., Pfarrer, M. D., Short, C. E., & Coombs, W. T. (2017). Crises and crisis management: Integration, interpretation, and research development. *Journal of management*, 43(6), 1661-1692.
- Burhan, B. 2017. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Raja Grafindo. Persada. Jakarta.
- Coombs, W. T. (2022). *Situational crisis communication theory (SCCT) refining and clarifying a cognitive-based theory of crisis communication. The handbook of crisis communication*, 193-204.
- Darussamin, A., Astuti, M., Rahadian, D., Lgo, E., & Husnawati, H. (2012). Buku Panduan Penerapan Prinsip dan Kriteria RSPO Untuk Petani Kelapa Sawit. *Indonesian Smallholders Working Group, Jakarta*.
- Heath, R. L., Heath, R. L., & Vasquez, G. M. (Eds.). (2001). *Handbook of public relations*. Sage.
- Hendrayady, A., Agustina, D. P., Sulandjari, K., Sifatu, W. O., Wisataone, V., Wibisono, I., ... & SastroAtmodjo, S. (2021). Pengantar Ilmu Komunikasi. Banten: Media Sains Indonesia.
- Iswandi, S. (2019). Media Relations: Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2015). *Public relations, issue & crisis management: pendekatan critical public relation, etnografi kritis & kualitatif*. Kencana.
- Mangeya, H., Mhute, I., & Jakaza, E. (Eds.). (2021). *Strategic Communications in Africa: The Sub-Saharan Context*. Routledge.
- Mulyana, D., & Phd, M. A. (2022). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2016). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Suharyat, Y. (2022). Metode Penelitian Pendidikan. wawasan Ilmu.
- Syam, H. M., & Azman, D. Y. (2022). Komunikasi Krisis Strategi Menjaga Reputasi Bagi Organisasi Pemerintah. 114.
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pedoman Wawancara

#### Informan Pertama

#### Aspek Strategi Penanganan Komunikasi Krisis

1. Dapatkah anda menceritakan Kembali mengenai kronologi kejadian kasus keracunan makanan di PT Gruti Lestari ?
2. Berapakah jumlah korban yang terdampak pada saat itu?
3. Bagaimana kondisi korban-korban hingga saat ini
4. Apa tindakan pertama yang diambil PT setelah mengetahui kasus tersebut ?
5. Apakah kegiatan ini resmi dari perusahaan? Karena mengingat pemicu kejadian ini dari acara pengajian ?
6. Bagaimana strategi penanganan yang dilakukan humas untuk mengurangi krisis tersebut? Apakah ada dibentuk tim khusus untuk fokus mengatasi krisis ?
7. Apakah ada upaya koordinasi yang dilakukan humas dengan pihak eksternal ?
8. Apakah hubungan dengan PT Gruti Lestari dengan media pemberitaan sudah terjalin sebelum kejadian ini ?
9. Apakah setelah pemberitaan disebarluaskan humas melakukan monitoring terhadap pemberitaan yang disampaikan media ?
10. dan reputasi di mata publik? Apakah ada dampak terhadap berjalannya operasional di PT Gruti Lestari ?
11. Apakah PT berupaya memulihkan kepercayaan public setelah ini?

### Aspek Media Relations

1. Mengingat kasus ini merupakan krisis internal. Apakah ada cara penyebaran informasi yang dilakukan humas dalam menyampaikan informasi ke kalangan internal ?
2. Apakah tidak ada lagi media penyaluran informasi seperti press realeas atau publikasi yang dikeluarkan dari pihak PT sendiri ?
3. Bagaimana PT ini dalam mengkomunikasikan kasus ini kepada publik serta media?
4. Bagaimana respon perusahaan mengenai komentar atau pertanyaan dari media dan masyarakat ?
5. Apakah ada langkah-langkah yang diterapkan sehingga terjalinnya hubungan yang baik dengan media ditengah-tengah krisis ini?

### Aspek Hambatan

1. Apakah selama proses penanganan kasus tersebut humas mengalami hambatan atau kendala baik secara internal maupun eksternal ?
2. Apakah ada tantangan khusus dalam berkomunikasi dengan awak media mengenai krisis ini ?

### Aspek Situasional Crisis Communication

1. Menurut Bapak sebagai humas PT ini, Bagaimana publik memandang penyebab kasus ini apakah mereka melihatnya sebagai perusahaan menjadi korban, kesengajaan seperti perusahaan sengaja melakukan tindakan tersebut atau kecelakaan karena kejadian ini tidak di sengaja atau tidak terkontrol ?

2. Menurut anda sebagai humas strategi respon seperti apa yang akan diterapkan jika melihat dari strategi yang ada pada teori SCCT ?
3. Sejauh mana efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan sehingga dapat meminimalkan dampak negatif dari kasus ini terhadap ciitra perusahaan ?
4. Apakah ada feedback yang diberikan oleh karyawan, media atau masyarakat mengenai respon perusahaan ?

#### Lampiran.1 Pendoman Wawancara

##### Informan Kedua

##### Aspek Strategi Penanganan Komunikasi Krisis

1. Dapatkah anda menceritakan kembali apakah ada makanan atau minuman sebelum mengalami gejala keracunan ?
2. Apakah anda langsung mendapatkan penanganan medis ?
3. Apakah PT menyampaikan permohonan maaf atau dalam bentuk tanggung jawab yang lain ?
4. Apakah humas memberikan responsif, membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan ?
5. Apakah anda sendiri merasa humas PT cukup transparansi dan terbuka dalam menyampaikan informasi ?
6. Menurut anda sendiri apakah perusahaan sudah mengambil langkah yang konkret dalam menangani kejadian tersebut ?

### Aspek Media Relations

1. Setelah kejadian, apakah ada komunikasi atau informasi yang anda terima dari pihak PT mengenai kasus ini ?
2. Bagaimana cara perusahaan menyampaikan informasi terkait hasil lab tersebut?
3. Apa saja informasi yang disampaikan? Apakah informasi terkait hasil lab tersebut cukup jelas dan lengkap

### Aspek Hambatan

1. Apakah PT sendiri memberikan informasi mengenai langkah-langkah yang mereka ambil untuk mengatasi kasus ini?
2. Apakah anda berinteraksi langsung dengan Humas terkait kejadian ini?
3. Apakah PT memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada para korban ?

### Lampiran 1. Pedoman Wawancara

#### Informan Ketiga

#### Aspek Strategi Penangan Komunikasi Krisis

1. Dapatkah anda menceritakan kembali kronologi awal kasus tersebut ?
2. Apakah anda langsung mendapatkan penanganan medis ?
3. Apakah PT menyampaikan permohonan maaf atau dalam bentuk tanggung jawab yang lain ?
4. Apakah humas memberikan responsif, membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan ?
5. Apakah anda sendiri merasa humas PT cukup transparansi dan terbuka dalam menyampaikan informasi ?

### Aspek Media Relations

1. Bagaimana cara perusahaan menyampaikan informasi tersebut? Apakah ada semacam media penyebaran informasi, atau papan pengumuman?
2. Apa saja informasi yang disampaikan? Apakah informasi tersebut cukup jelas dan lengkap?

### Aspek Hambatan

1. Setelah kejadian, apakah ada komunikasi atau informasi yang anda terima dari pihak PT mengenai kasus ini ?
2. Apakah PT memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada para korban?
3. Menurut anda sendiri apakah perusahaan sudah mengambil langkah yang konkret dalam menangani kejadian tersebut ?

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Informan Keempat

### Aspek Strategi Penangan Komunikasi Krisis

1. Bagaimana anda mengetahui tentang kejadian keacunan makan di PT ini ?
2. Apa yang anda ketahui mengenai kronologi kejadian, jumlah korban, atau penyebab keracunan tersebut ?

### Aspek Media Relations

1. Apakah anda menerima komunikasi atau informasi dari Pihak PT ?

### Aspek Hambatan

1. Apakah humas melibatkan stakeholder dalam upaya penanganan krisis?
2. Apakah anda merasa kalau kejadian ini memiliki hambatan bagi serikat pekerja sendiri?
3. Apakah dampak kejadian ini terhadap hubungan antara PT dan Stakeholder?

## Lampiran 1. Pedoman Wawancara

### Informan Kelima

#### Aspek Strategi Penanganan Komunikasi Krisis

1. Bagaimana anda mengetahui mengenai kejadian keracunan makanan di PT Gruti Lestari ?
2. Bagaimana pendapat anda mengenai respon yang dilakukan humas PT Gruti ?

#### Aspek Media Relations

1. Apakah anda menerima informasi atau berita mengenai kejadian ini langsung dari PT atau dari sumber resmi lainnya ?

#### Aspek Hambatan

1. Apakah informasi yang disampaikan PT cukup jelas dan lengkap ?
2. Apakah menurut anda sendiri PT ini berhasil membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang mereka terapkan ?

## Hasil Wawancara

### Informan Pertama

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Penulis	Selamat Pagi pak
2.	Informan pertama	Iya selamat pagi juga
3.	Penulis	Sebelumnya terima kasih pak karena sudah meluangkan waktunya pak. Perkenalkan nama saya Niken Anggita Sari. Saya ini mahasiswi dari Universitas Medan Area jurusan Ilmu Komunikasi. Jadi pak maksud dan tujuan saya mewawancari bapak ini untuk mendapatkan informasi terkait kasus keracunan makanan yang terjadi pada November 2024. Saya juga tadi diberi arahan dari Bapak Manajer kalau Bapak saja yang diwawancara karna bapak juga ikut serta dalam menangani kasus keracunan makanan itu. Jadi pak wawancara ini tidak perlu formal dalam menyampaikan informasi seberapa nyaman bapak saja menyampaikannya bisa pakai bahasa Indonesia atau juga bahasa daerah pak. Wawancara saya ini tidak ada bermaksud untuk menyinggung ataupun memberikan kritik karena wawancara ini murni sebagai bahan informasi untuk penelitian skripsi saya pak
4.	Informan pertama	Iya, saya juga tadi sudah dikabari oleh Bapak Manajer kalau ada yang mau wawancara saya. Saya awalnya juga heran mau wawancara seperti apa. Tapi karna niken udah kasih tahu tujuannya saya siap menjadi informan. Bapak akan memberikan informasi sesuai dengan apa yang terjadi pada saat itu.
5.	Penulis	Dapatkah anda menceritakan Kembali mengenai kronologi kejadian kasus keracunan makanan di PT Gruti Lestari ?
6.	Informan Pertama	Kejadian itu awalnya terjadi pada hari Jumat setelah pengajian tersebut belum ada laporan ya seperti biasa saja. Tetapi hari Sabtu baru banyak orang-orang dari

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
		karyawan, anak-anak serta istreri mereka. Berobat ke klinik untung pada hari itu pak mantri masih di klinik jadi masih bisa obatin mereka. Tapi dihari minggu sudah tidak banyak lagi yang berobat. Kemudian dihari senin makin banyak yang berobat terus keluhan mereka semuanya sama. Awalnya kewalahan soalnya yang jaga cuman satu jadi pasien yang lainnya mau ga mau harus nunggu antrian
7.	Penulis	Berapakah jumlah korban yang terdampak pada saat itu ?
8.	Informan Pertama	Korbanya agak lumayan banyak kisaran dari 30-80 orang itu semua dari karyawan, isteri mereka serta anak-anak mereka
9.	Penulis	Bagaimana kondisi korban-korban hingga saat ini
10.	Informan Pertama	Kalau sampai saat ini semua udah pulih kecuali satu orang lagi ibu itu isteri dari karyawan kami. Tapi dari yang saya dengar beliau masih melakukan check up mandiri ke RS di Panyabungan.
11.	Penulis	Apa tindakan pertama yang diambil PT setelah mengetahui kasus tersebut ?
12.	Informan Pertama	Kalau sampai saat ini semua udah pulih kecuali satu orang lagi ibu itu isteri dari karyawan kami. Tapi dari yang saya dengar beliau masih melakukan check up mandiri ke RS di Panyabungan.
13.	Penulis	Apakah kegiatan ini resmi dari perusahaan? Karena mengingat pemicu kejadian ini dari acara pengajian ?
14.	Informan Pertama	Sebenarnya kegiatan ini bukan kegiatan yang PT arahkan atau PT berikan. Ini cuman kegiatan sosial ya bisa dibilang inisiatif ibu-ibu yang tinggal di mess ini aja biar terjalin silaturahmi. PT tidak ada hak untuk

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
		memberhentikan ataupun melarang ya kembali lagi keawal kalau kegiatan ini positif.
15.	Penulis	Bagaimana strategi penanganan yang dilakukan humas untuk mengurangi krisis tersebut? Apakah ada dibentuk tim khusus untuk fokus mengatasi krisis ?
16.	Informan Pertama	Kalau itu tidak ada ya yang bekerja cuman dari pihak humas, bapak sama pak manajer. Karna kami jugakan kekurangan sumber daya manusia karna kasus ini.
17.	Penulis	Apakah ada upaya koordinasi yang dilakukan humas dengan pihak eksternal ?
18.	Informan Pertama	Iya ada koordinasi yang kami lakukan dengan pihak RS tempat rujukan, media massa sama tim ahli gizi. Tapi kami juga mendapatkan dukungan dari Bupati Madina. Donasi berupa makanan, biskuit diberikan langsung sama Bapak Bupati.
19.	Penulis	Apakah hubungan dengan PT Gruti Lestari dengan media pemberitaan sudah terjalin sebelum kejadian ini ?
20.	Informan Pertama	Iya hubungan PT Gruti dengan media massa ataupun media online cukup baik. Kurang lebih 40 media yang bekerja sama dengan PT Gruti hingga saat ini.
21.	Penulis	Apakah setelah pemberitaan disebarluaskan humas melakukan monitoring terhadap pemberitaan yang disampaikan media ?
22.	Informan Pertama	Monitoring lebih lanjut tidak ada. Kami hanya memberikan informasi saja.
23.	Penulis	Bagaimana kasus ini mempengaruhi citra dan reputasi di mata publik?

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
24.	Informan Pertama	Kalau dilihat dari reaksi masyarakat mereka lebih menunjukkan keprihatinan.
25.	Penulis	Mengingat kasus ini merupakan krisis internal. Apakah ada cara penyebaran informasi yang dilakukan humas dalam menyampaikan informasi ke kalangan internal ?
26.	Informan Pertama	Penyebaran informasi pada saat itu kami tidak melakukannya. Informasi yang kami berikan ke karyawan-karyawan memang agak sedikit terlambat. Karena kami sendiri juga masih belum dapat memastikan akar penyebab dari kasus tersebut.
27.	Penulis	Apakah tidak ada lagi media penyaluran informasi seperti press realeas atau publikasi yang dikeluarkan dari pihak PT sendiri ?
28.	Informan Pertama	Kalau semacam itu tidak ada kami hanya mengandalkan Whatsapp grup aja kalau ada informasi-informasi. Nah dari situ juga kan bisa bertanya ataupun ngasih masukan. Kami tidak melarang staff dan karyawan untuk berkomentar. Karna kami juga butuh pendapat mereka.
29.	Penulis	Bagaimana PT ini dalam mengkomunikasikan kasus ini kepada publik serta media?
30.	Informan Pertama	Setelah kami rujukan korban-korban yang lumayan beresiko ke RS Permata Madina. Para awak media berdatangan ke RS buat mencari informasi-informasi.
31.	Penulis	Bagaimana respon perusahaan mengenai komentar atau pertanyaan dari media dan masyarakat ?
32.	Informan Pertama	Untuk respon PT tidak ada memberikan pernyataan mengenai komentar-komentar.

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
33.	Penulis	Apakah ada langkah-langkah yang diterapkan sehingga terjalinnya hubungan yang baik dengan media ditengah-tengah krisis ini?
34.	Informan Pertama	Secara spesifiknya tidak ada tetapi kalau mereka membutuhkan informasi-informasi kami akan senang hati memberikannya karna ini kan termasuk kegiatan timbal-balik artinya sama-sama untung. Biasanya informasi yang PT berikan juga mengenai pencapaian yang didapatkan PT Gruti.
35.	Penulis	Apakah selama proses penanganan kasus tersebut humas mengalami hambatan atau kendala baik secara internal maupun eksternal ?
36.	Informan Pertama	Hambatannya tentu ada, kalau dari internal sendiri banyak informasi yang tidak benar dan kalau dari eksternalnya ada beberapa media yang membuat berita berlebih-lebihan dari informasi yang kami sampaikan
37.	Penulis	Apakah ada tantangan khusus dalam berkomunikasi dengan awak media mengenai krisis ini ?
38.	Informan Pertama	Tantangan secara khusus tidak ada. Tetapi hambatannya mengenai informasi penyebab kejadian itu karna awalnya keracunan makanan masih pendapat awal yang belum mendasar.
39.	Penulis	Apakah ada dampak terhadap berjalannya operasional di PT Gruti Lestari ?
40.	Informan Pertama	Kalau untuk dampak PT agak sedikit kesusahan menjalankan operasional mengelolah CPO. Karena kan banyak karyawan yang jadi korban mau gimanapun persen hasil CPO kami kurangkan dari yang awalnya 21% jadi 18% ”.

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
41.	Penulis	Menurut Bapak sebagai humas PT ini, Bagaimana publik memandang penyebab kasus ini apakah mereka melihatnya sebagai perusahaan menjadi korban, kesengajaan seperti perusahaan sengaja melakukan tindakan tersebut atau kecelakaan karena kejadian ini tidak di sengaja atau tidak terkontrol ?
42.	Informan Pertama	Kalau dari pandangan saya sendiri sebagai humas tentu saja kalau PT ini merupakan korban. Karna kembali keperaturan awal kalau acara ini bukan sepenuhnya tanggung jawab perusahaan karna kegiatan ini tidak perusahaan yang memberikan arahan. Tetapi kesadaran para karyawan-karyawan saja agar terjalinya silaturahmi antar karyawan bahkan keluarga-keluarga mereka
43.	Penulis	Menurut anda sebagai humas strategi respon seperti apa yang akan diterapkan jika melihat dari strategi yang ada pada teori SCCT ?
44.	Informan Pertama	Kalau dari pandangan saya sendiri sebagai humas tentu saja kalau PT ini merupakan korban. Karna kembali keperaturan awal kalau acara ini bukan sepenuhnya tanggung jawab perusahaan karna kegiatan ini tidak perusahaan yang memberikan arahan. Tetapi kesadaran para karyawan-karyawan saja agar terjalinya silaturahmi antar karyawan bahkan keluarga-keluarga mereka
45.	Penulis	Menurut anda sebagai humas strategi respon seperti apa yang akan diterapkan jika melihat dari strategi yang ada pada teori SCCT ?
46.	Informan Pertama	” Respon yang akan dipilih tentu saja yang memberikan feedback positif ke PT. Kalau dilihat dari strategi respon humas pasti akan melakukan semua respon tersebut kecuali respon Denail. Karna Humas tidak hanya mementingkan para korban tetapi juga citra perusahaan.

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
		Kalau itu yang diterapkan kemungkinan masyarakat akan beropini negatif ke PT Gruti dan yang lebih fatalnya finansial pemasukan akan terkena karena mungkin banyak dari penyortir buah kelapa sawit yang tidak mau menjual buah mereka dan PT akan mengalami kekurangan buah dan hasil CPO juga akan berkurang
47.	Penulis	Sejauh mana efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan sehingga dapat meminimalkan dampak negatif dari kasus ini terhadap citra perusahaan ?
48.	Informan Pertama	Strategi komunikasi yang kami gunakan cukup memberikan efektivitas karna dari pertama kami memberikan informasi ke awak media, kami tidak mendapatkan komentar negatif dan presepsi publik yang buruk terhadap kasus ini”.
49.	Penulis	Apakah ada feedback yang diberikan oleh karyawan, media atau masyarakat mengenai respon perusahaan ?
50.	Informan Pertama	Bicara mengenai feedback lebih ke karyawan. Karna setelah kejadian kasus tersebut acara kumpul-kumpul tidak terlalu banyak lagi apalagi kegiatan pengajian itu juga sempat kami berhentikan untuk sementara.

## Hasil Wawancara

### Informan Kedua

No	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Penulis	Selamat Pagi kak.
2.	Informan Kedua	Iya selamat pagi juga dek
3.	Penulis	Jadi gini kak sebelumnya terima kasih atas waktunya karna mau jadi informan penelitian ini. Jadi saya memperkenalkan diri nama saya Niken Anggita Sari. Saya mahasiswa Universitas Medan

No	Pelaku	Hasil Wawancara
		Area jurusan Ilmu Komunikasi. Inti dari wawancara ini niken mau tahu informasi dari presepsi kaka sebagai karyawan serta juga korban yang cukup berat ya ka kemarin kondisinya. Wawancara ini tidak terlalu formal sesuai kenyamanan kaka aja dalam menyampaikan informasi kak. Jadi disini ada beberapa pertanyaan yang berkaitan sama kejadian kasus keracunan tahun lalu jadi niken mau mendapatkan informasi dari sisi kaka
4.	Informan Kedua	Iya, dek tidak apa-apa kaka juga akan kasih tahu mengenai apa-apa yang terjadi dari presepsi kaka sendiri.
5.	Penulis	Dapatkah anda menceritakan kembali apakah ada makanan atau minuman sebelum mengalami gejala keracunan ?
6.	Informan Kedua	Kejadian itu pas hari jumat nah setelah pulang kerja kaka di ajak sama ibu yang punya acara untuk makan dirumahnya. Tetapi karna masih pulang kerja kaka milih buat dibungkusin aja makananya. Kaka makan itu kira-kira setelah sholat magrib
7.	Penulis	Apakah anda langsung mendapatkan penanganan medis ?
8.	Informan Kedua	Iya, penanganan medis yang kaka terima langsung pas sampai ke RS di Medan”.
9.	Penulis	Apakah PT menyampaikan permohonan maaf atau dalam bentuk tanggung jawab yang lain ?
10.	Informan Kedua	Kalau permohonan maaf tidak ada tapi pertanggung jawaban yang Gruti berikan lebih dari bagus. Ya seperti penanggungan obat-obatan korban yang

No	Pelaku	Hasil Wawancara
		dirujuk ke RS belum lagi uang transportasi mereka. Kalau menurut kaka lebih dari cukup
11.	Penulis	Apakah humas memberikan responsif, membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan ?
12.	Informan Kedua	Iya tentu mereka sangat membantu banget mau dari segi finansial ataupun informasi.
13.	Penulis	Apakah anda sendiri merasa humas PT cukup transparansi dan terbuka dalam menyampaikan informasi ?
14.	Informan Kedua	Menurut kaka sendiri informasi yang disampaikan humas itu sudah jelas banget apalagi ditambah dari pernyataan ahli gizi ya mau apa gimana lagi informasi yang mau diberikan dari pihak humas
15.	Penulis	Menurut anda sendiri apakah perusahaan sudah mengambil langkah yang konkret dalam menangani kejadian tersebut ?
16.	Informan Kedua	Menurut kakak sendiri langkah yang mereka ambil sudah dari kata cukup
17.	Penulis	Setelah kejadian, apakah ada komunikasi atau informasi yang anda terima dari pihak PT mengenai kasus ini ?
18.	Informan Kedua	Ada, informasinya itu pemberitahuan hasil lab Tapi ada juga informasi yang ga diberikan. Soalnya pas kejadian itukan tidak jelas kalau memang ada keracunan cuman ya beritanya itu kan ga jelas bukan humas yang informasikan langsung ke kami

No	Pelaku	Hasil Wawancara
19.	Penulis	Bagaimana cara perusahaan menyampaikan informasi terkait hasil lab tersebut?
20.	Informan Kedua	Kami semua korban-korban dikumpulkan di aula nah disitu bersama Pak Manajer, Pak KTU, Humas, pihak kantor direksi dengan Dokter atau orang dari Laboratorium yang memeriksa sampel makanan itu. Kami bersama-sama mendengarkan hasilnya tetapi hasilnya itu nihil artinya memang tidak ada bakteri atau kuman. Tapi pemicu utamanya karna bahan bakunya lebih ke mie udah basi.
21.	Penulis	Apa saja informasi yang disampaikan? Apakah informasi terkait hasil lab tersebut cukup jelas dan lengkap
22.	Informan Kedua	Informasi yang disampaikan ya mengenai hasil lab itu. Kalau menurut kaka sendiri sebagai korban. Informasi yang mereka berikan sangat jelas dan lengkap karna kan yang melakukannya langsung dari Tim Ahli.
23.	Penulis	Apakah PT sendiri memberikan informasi mengenai langkah-langkah yang mereka ambil untuk mengatasi kasus ini?
24.	Informan Kedua	Kaka kurang tahu sama informasi ini apakah humas memang memberitahukan atau tidak. Karena setelah puncak kejadian itu kaka sudah di rawat.
25.	Penulis	Apakah anda berinteraksi langsung dengan Humas terkait kejadian ini?

No	Pelaku	Hasil Wawancara
26.	Informan Kedua	Enggak, karna kaka sendiri sudah dirawat jadi kalau keadaan genting pas kejadian itu kaka ga terlalu tahu
27.	Penulis	Apakah PT memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada para korban ?
28.	Informan Kedua	Kalau kompensasi tidak ada, tapi dari penanganan yang dilakukan menurut kakak sendiri itu sudah lebih dari sekedar kompensasi”

## Hasil Wawancara

### Informan Ketiga

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Penulis	Selamat Siang Pak
2.	Informan Ketiga	Iya Selamat Siang juga
3.	Penulis	Jadi gini pak sebelumnya terima kasih atas waktunya karna mau jadi informan penelitian ini. Jadi saya memperkenalkan diri nama saya Niken Anggita Sari. Saya mahasiswa Universitas Medan Area jurusan Ilmu Komunikasi. Inti dari wawancara ini niken mau tahu informasi dari presepsi bapak sebagai karyawan serta juga salah satu korban . Wawancara ini terlalu formal sesuai kenyamanan kaka aja dalam menyampaikan informasi kak. Jadi disini ada beberapa pertanyaan yang berkaitan sama kejadian kasus keracunan tahun lalu jadi niken mau mendapatkan informasi dari sisi bapak.
4.	Informan Ketiga	Oke, Tidak apa-apa bapak akan kasih informasinya sesuai yang bapak alami
5.	Penulis	Dapatkah anda menceritakan kembali kronologi awal kasus tersebut ?

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
6.	Informan Ketiga	Bapak tahunya kalau kasus itu dari klinik. Ketika bapak berobat banyak juga yang mau berobat. Jadi kalau kronologi jelasnya bapak sendiri kurang tahu
7.	Penulis	Apakah anda langsung mendapatkan penanganan medis ?
8.	Informan Ketiga	Kalau langsung bisa dibilang tidak, Karenakan waktu bapak ke klinik disana sudah banyak orang yang antri buat berobat juga. Jadi bapak nunggu giliran dan pak mantri yang langsung memeriksa kami semua
9.	Penulis	Apakah PT menyampaikan permohonan maaf atau dalam bentuk tanggung jawab yang lain ?
10.	Informan Ketiga	Kalau untuk permohonan maaf sendiri tidak ada tapi mereka kan yang mengurus semua korban yang parah. Tapi bapak juga sebenarnya kurang puas dengan cara tanggung jawabnya karna mereka hanya fokus buat membantu korban dan lebih fokus untuk mengatasi ke eksternalnya. Padahal di internal sendiri masih banyak yang harus diperbaiki dulu. Kami kan kekurangan karyawan jadi berkuranglah jatah produksi akhirnya kami juga tidak mendapatkan lembur kerja
11.	Penulis	Apakah humas memberikan responsif, membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan ?
12.	Informan Ketiga	Kalau membantu tentu iya tapi kalau informasi sendiri mereka kurang tepat cara yang mereka lakukan
13.	Penulis	Apakah anda sendiri merasa humas PT cukup transparansi dan terbuka dalam menyampaikan informasi ?

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
14.	Informan Ketiga	Lumayan puas.
15.	Penulis	Bagaimana cara perusahaan menyampaikan informasi tersebut? Apakah ada semacam media penyebaran informasi, atau papan pengumuman?
16.	Informan Ketiga	Karna humas sendiri aja tidak memberitahukan informasi ya kami ga tahu. Tapi kalau biasanya sih semua informasi-informasi mengenai kegiatan pekerjaan itu diinformasikan lewat WA grup kalau tidak ya informasinya langsung disampaikan Pak Manajer kalau lagi apel pagi. Kalau papan pengumuman ada juga cuman jarang aja ada informasi yang penting ditempel disana”.
17.	Penulis	Apa saja informasi yang disampaikan? Apakah informasi tersebut cukup jelas dan lengkap?
18.	Informan Ketiga	Informasi yang diberikan itu yang jelas cuman pengumuman hasil lab makanan. Kalau menurut bapak sendiri cukup jelas informasi yang diumumkan
19.	Penulis	Setelah kejadian, apakah ada komunikasi atau informasi yang anda terima dari pihak PT mengenai kasus ini ?
20.	Informan Ketiga	Kalau informasi jelas dari humasnya sih gada. Kami yang ga jadi korban juga sempat bingung tentang apa yang terjadi. Banyaklah informasi yang ga benar menyebarluas ada yang bilang keracunan ada juga yang bilang kalau makanan itu di racun. Gitu-gitulah informasi yang beredar
21.	Penulis	Apakah PT memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada para korban?

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
22.	Informan Ketiga	Kalau untuk itu tidak ada.
23.	Penulis	Menurut anda sendiri apakah perusahaan sudah mengambil langkah yang konkret dalam menangani kejadian tersebut ?
24.	Informan Ketiga	Kalau menurut bapak sendiri belum cukup pas langkah yang mereka ambil karna tidak ada lagi evaluasi yang mereka lakukan. Takutnya terjadi lagi kasus yang sama

### Hasil Wawancara

#### Informan Keempat

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Penulis	Selamat Siang Pak
2.	Informan Keempat	Iya selamat siang juga
3.	Penulis	Jadi gini pak sebelumnya terima kasih atas waktunya karna mau jadi informan penelitian ini. Jadi saya memperkenalkan diri nama saya Niken Anggita Sari. Saya mahasiswa Universitas Medan Area jurusan Ilmu Komunikasi. Inti dari wawancara ini niken mau tahu informasi dari presepsi bapak sebagai karyawan serta juga salah satu korban . Wawancara ini terlalu formal sesuai kenyamanan kaka aja dalam menyampaikan informasi kak. Jadi disini ada beberapa pertanyaan yang berkaitan sama kejadian kasus keracunan tahun lalu jadi niken mau mendapatkan informasi dari sisi bapak.
4.	Informan Keempat	Oke dek tidak apa-apa.

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
5.	Penulis	Bagaimana anda mengetahui tentang kejadian keacunan makan di PT ini ?
6.	Informan Keempat	Bapak tahu itu setelah korban-korbanya di rujuk ke Panyabungan. Awalnya bapak sempat heran ada apa di gruti kenapa bisa banyak karyawan mereka yang dirujuk”
7.	Penulis	Apa yang anda ketahui mengenai kronologi kejadian, jumlah korban, atau penyebab keracunan tersebut ?
8.	Informan Keempat	Kalau mengenai jumlah korban bapak kurang tahu. Kalau untuk kronologinya bapak dikasih tahu sama anggota bapak kalau di gruti terkena keracunan makan. Awalnya juga bapak kenapa bisa gitu tapi bapak dikasih informasi kalau kejadian itu dar acara pengajian ibu-ibu”.
9.	Penulis	Apakah anda menerima komunikasi atau informasi dari Pihak PT ?
10.	Informan Keempat	Kalau informasi langsung bapak tidak menerimanya”.
11.	Penulis	Apakah humas melibatkan stakeholder dalam upaya penanganan krisis?
12.	Informan Keempat	Kami tidak dilibatkan dalam penanganan ini jadi kami fokus aja bekerja seperti biasanya”.
13.	Penulis	Apakah anda merasa kalau kejadian ini memiliki hambatan bagi serikat pekerja sendiri?

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
14.	Informan Keempat	Iya dari kejadian ini memang ada hambatannya bagi serikat pekerja karna banyak dari agen, atau masyarakat yang tidak mau memperjualbelikan sawit mereka ke kami. Alhasil kami juga kesulitan mencari buah sawit yang harusnya seharu 10 ton kami cuman dapat 8 ton saja. Mereka yang ga mau menjualkan itu karna kemarin Gruti kasih arahan harga murah tapi sesuai dengan timbangan jadi banyak orang yang ga mau jual murah sawitnya”.
15.	Penulis	Apakah dampak kejadian ini terhadap hubungan antara PT dan Stakeholder
16.	Informan Keempat	Kalau dampak sih tidak ada cuman ya itu serikat pekerja tidak terlalu diperhatikan karna PT cuman fokus menangani kasus itu. Padahal serikat pekerja juga terkena dampak dari kasus mereka”.

## Hasil Wawancara

### Informan Kelima

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
1.	Penulis	Selamat Malam pak
2.	Informan Kelima	Iya, Selamat malam
3.	Penulis	Pertama-tama saya ucapkan terima kasih banyak karna bapak menyempatkan waktunya untuk diwawancarai di malam hari ini. Dan juga maaf sebelumnya pak kita wawancaranya dari telepon. Saya Niken Anggita Sari Mahasiswi Universitas

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
		Medan Area Jurusan Ilmu Komunikasi. Wawancara ini niken mau tahu tentang presepsi bapak sebagai masyarakat yang tinggal di sekitaran PT Gruti. Pertanyaan ini hanya ingin mengetahui presepsi sama tanggapan bapak aja dari eksternal terkait kasus keracunan makanan tahun lalu
4.	Informan Kelima	Iya tidak apa-apa. Bapak akan kasih pendapat sendiri mengenai kasus itu karna cukup besar juga kasusnya.
5.	Penulis	Bagaimana anda mengetahui mengenai kejadian keracunan makanan di PT Gruti Lestari ?
6.	Informan Kelima	Bapak tahunya dari karyawan mereka ada yang beli ke kedai bapak disitu dia ceritalah kalau di Gruti kena keracunan makanan. Bapak kira yang kena itu anak-anak tapinya ibu dan bapak mereka juga kena. Bapak juga nanyainkan kenapa sampai bisa rupanya karna makanan mie kuah dari acar pengajian
7.	Penulis	Bagaimana pendapat anda menegnai respon yang dilakukan humas PT Gruti ?
8.	Informan Kelima	Responnya cukuplah karna bapak sendiri juga kurang paham. Tapi ada juga masyarakat sekitar sini yang cerita-cerita di kedai bapak ini kalau kasus itu bisa aja nanti kena cabut izin PT karna ga fokus menguruskan karyawan.
9.	Penulis	Apakah anda menerima informasi atau berita mengenai kejadian ini langsung dari PT atau dari sumber resmi lainnya ?

Baris	Pelaku	Hasil Wawancara
10.	Informan Kelima	Informasi resminya sih engga cuman bapak tahu lebih jelasnya dari internet”.
11.	Penulis	Apakah informasi yang disampaikan PT cukup jelas dan lengkap ?
12.	Informan Kelima	Kalau dari informasi yang disampaikan gruti ke media menurut bapak kurang lengkap karna yang dikasih tau cuman penyebab kejaidannya apa jadi kurang lengkap aja”.
13.	Penulis	Apakah menurut anda sendiri PT ini berhasil membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang mereka terapkan ?
14.	Informan Kelima	Kurang sih. Karna mereka gada inisiatif menyebarkan informasi lebih lanjut. Kami cuman tahu penyebab aja belum lagi informasi yang beredar di masyarakat. Jadi kurang pas aja menurut bapak sendiri”.

## Lampiran.2 Dokumentasi Penelitian



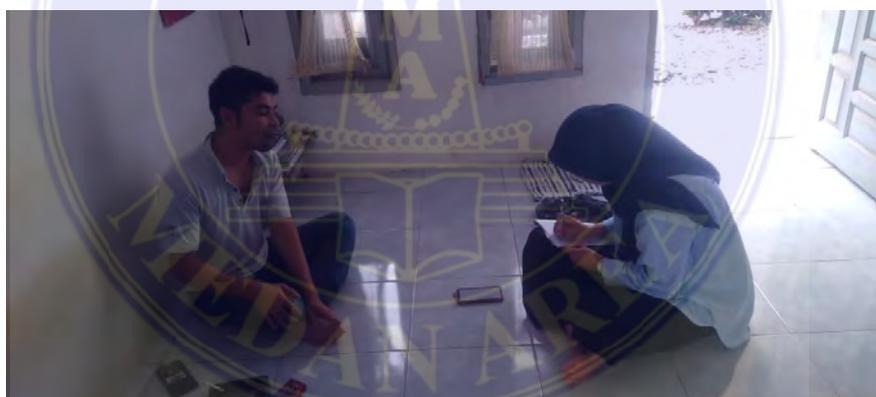
**Pertemuan 1** : Penulis (Kanan) Pertemuan dengan Bapak Manajer PT Gruti Lestari pada tanggal 06 Januari 2025. Serta menyerahkan surat pengantar riset. Berlokasi di PT Gruti Lestari Desa Simpang Durian Kec Lingga Bayu Kab Mandailing Natal. Sumber : Penulis, 2025



**Wawancara**: Penulis (Kiri) dengan Informan Pertama Kepala Bidang Tata Usaha Bapak Suparman Pada tanggal 13 Januari 2025 Berlokasi di PT Gruti Lestari Pratama Desa Simpang Durian Kec Lingga Bayu Kab Mandailing Natal. Sumber : Penulis, 2025



**Pengumpulan Data:** Kegiatan wawancara dengan informan kedua karyawan/Kasi HSE/ISPO Rezakiana Sahputri Siregar sebagai informan kedua. Pada tanggal 14 Januari 2025 Berlokasi di PT Gruti Lestari Desa Simpang Durian Kec Lingga Bayu Kab Mandailing Natal. Sumber : Penulis, 2025



**Dialog:** Penulis (Kanan) dengan Informan Keempat Stakeholder Kepala Serikat Pekerja Bapak Imran Hasibuan. Pada tanggal 15 Januari 2025 Berlokasi di PT Gruti Lestari Desa Simpang Durian Kec Lingga Bayu Kab Mandailing Natal. Sumber : Penulis 2025



**Pengumpulan Data:** Penulis Dengan Informan Ketiga Karyawan Divisi Mekanik Bapak Amrus Lubis. Pada tanggal 01 Maret 2025. Wawancara via telepon *WhatsApp*  
Sumber : Penulis,2025

**Wawancara:** Penulis dengan Informan Kelima Pada tanggal 02 pp Maret 2025. Wawancara via telepon *WhatsApp*  
Sumber : Penulis, 2025

### Lampiran.3 Surat Pengantar Riset

	<b>UNIVERSITAS MEDAN AREA</b> <b>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK</b> Kampus I : Jalan Kolang Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id
Nomor : 4131 /FIS.3/01.10/XII/2024	Medan, 19 Desember 2024
Lampiran. : -	
H a l : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset	
Kepada Yth. <b>PT Gruti Lestari Pratama</b> Desa simpang durian Kec Lingga bayu Kabupaten Mandailing natal Sumatera utara	
Dengan hormat, Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :	
Nama : Niken Anggita Sari	
NIM : 218530101	
Program Studi : Ilmu Komunikasi	
Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada PT Gruti Lestari Pratama untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :	
<b>"Analisis Strategi Komunikasi Dalam Penanganan Krisis Pada PT Gruti Lestari Pratama Kabupaten Mandailing Natal"</b>	
Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.	
Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.	
 Dekan <b>Dr. Walid Musthafa S, S.Sos., M.I.P.</b>	
Tembusan: 1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi 2. Mahasiswa ybs 3. Arsip	
	

## Lampiran.4 Surat Selesai Riset



**PT. GRUTI LESTARI PRATAMA**  
JLN. AHMAD YANI NO. 96 TEL : 061 - 4159988 FAX : 061 - 4150155  
MEDAN 20111 - INDONESIA

---

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET  
Nomor : 025/PKS/II/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Suparman**  
Jabatan : Kepala Tata Usaha PT PMKS Gruti Lestari Pratama

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Niken Anggita Sari  
NIM : 218530101  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Universitas : Universitas Medan Area

Telah selesai melakukan penelitian di PT Gruti Lestari Pratama terhitung mulai dari Januari 2025 sampai dengan Februari 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul " Analisis Komunikasi Dalam Penanganan Krisis Pada PT Gruti Lestari Pratama Di Kabupaten Mandailing Natal"

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Simpang Durian : 11 Februari 2025  
**PT. GRUTI LESTARI PRATAMA**  
Desa Simpang Durian



**SUPARMAN**  
Kepala Tata Usaha

