

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI KRISIS DALAM BIDANG
KEPEGAWAIAN DI PERUSAHAAN UMUM DAERAH
PASAR KOTA MEDAN: STUDI KASUS KANTOR PUSAT**

SKRIPSI

OLEH:

**SAQINA FIDELIA
218530040**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/8/26

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)5/8/26

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : SAQINA FIDELIA
NPM : 218530040
JUDUL : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI KRISIS DALAM BIDANG
KEPEGAWAIAN DI PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
KOTA MEDAN: STUDI KASUS KANTOR PUSAT



HALAMAN PERYATAAN

Saya yang bertanda tangan Dibawah ini:

Nama : Saqina Fidelia

NPM : 218530040

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri, adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan normal, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

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

Medan, 7 Februari 2026



Saqina Fidelia

218530040

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saqina Fidelia

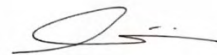
NPM : 218530040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*No Exclusive Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Implementasi Komunikasi Krisis Dalam Bidang Kepegawaian Di Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan: Studi Kasus Kantor Pusat” dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 7 Februari 2026



Saqina Fidelia

218530040

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi komunikasi krisis dalam bidang kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan serta mengidentifikasi hal-hal yang memengaruhi pelaksanaannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan Kepala Bagian Kepegawaian, Kepala Sub-Bagian Administrasi dan SDM, serta staf kepegawaian, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa krisis internal yang terjadi meliputi keterlambatan pembayaran gaji dan konflik antarpegawai. Dalam menghadapi kondisi tersebut, bagian kepegawaian menerapkan komunikasi krisis melalui rapat internal, penyampaian informasi secara langsung, serta koordinasi dengan pihak manajemen. Pelaksanaan komunikasi krisis berjalan cukup efektif karena didukung oleh kepemimpinan yang responsif, keterbukaan informasi, dan koordinasi yang baik antarbagian. Komunikasi yang terstruktur dan transparan terbukti berperan dalam meredam dampak krisis dan menjaga stabilitas organisasi.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Manajemen Kepegawaian, PUD Pasar Kota Medan

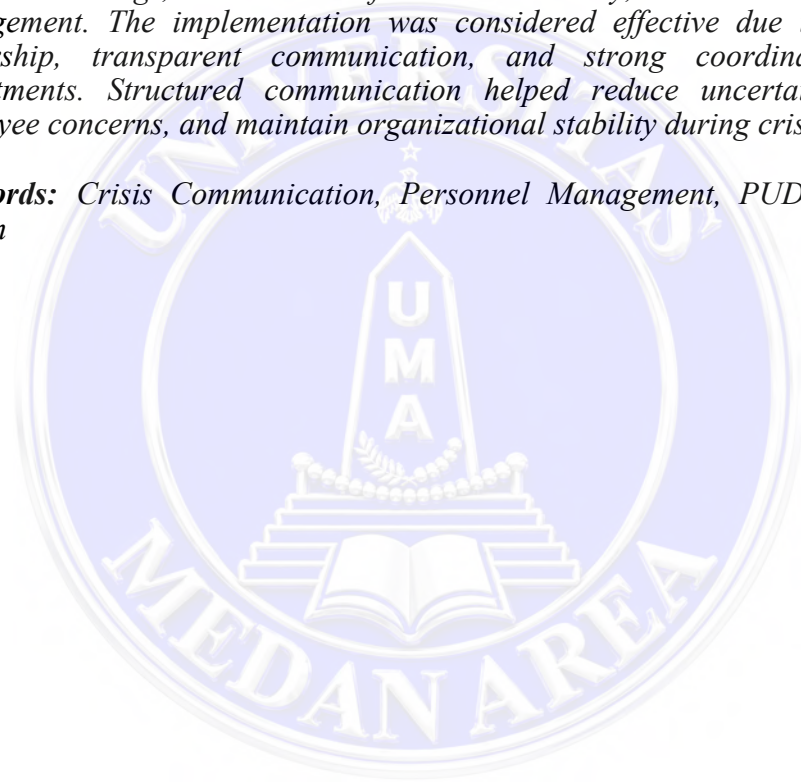


ABSTRACT

This study examines the implementation of crisis communication within the personnel division of PUD Pasar Kota Medan and identifies the elements influencing its execution. The research employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews with the Head of Personnel, the Head of Administration and Human Resources Subdivision, and staff members, as well as documentation review.

The findings indicate that internal crises included delayed salary payments and employee conflicts. To address these issues, the personnel division conducted internal meetings, delivered information directly, and coordinated with management. The implementation was considered effective due to responsive leadership, transparent communication, and strong coordination among departments. Structured communication helped reduce uncertainty, manage employee concerns, and maintain organizational stability during crisis situations.

Keywords: *Crisis Communication, Personnel Management, PUD Pasar Kota Medan*



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kisaran, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara, Pada Tanggal 12 Febuari 2004 dari Ayah Swandi dan Ibu Susi Khairunnisa merupakan Putri keempat dari empat bersaudara. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di Sekolah Dasar YPI Amir Hamzah pada tahun 2009 dan selesai pada tahun 2015, pada tahun yang sama penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama YPI Amir Hamzah dan selesai pada tahun 2018, Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menegah Atas YPI Amir Hamzah dan selesai pada tahun 2021, dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi.

Selama mengikuti perkuliahan penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Pusat Perusahaan Umum Daerah (PUD) Pasar Kota Medan Bagian Kepegawaian. Berkat petunjuk Tuhan Yang Maha Esa, usaha yang disertai doa juga dari kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik Perguruan Tinggi Swasta Universitas Medan Area, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Komunikas Krisis Dalam Bidang Kepegawaian Di Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan: Studi Kasus Kantor Pusat”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang tak henti-hentinya memberikan segala kenikmatan dan rahmat kepada seluruh hamba-Nya. Dengan Rahmat dan Hidayah-Nya, Skripsi yang berjudul “Implementasi Komunikas Krisis Dalam Bidang Kepegawaian Di Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan: Studi Kasus Kantor Pusat” dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun berdasarkan data yang didapat dari Kantor Pusat Perusahaan Umum Daerah (PUD) Pasar Kota Medan Bagian Kepegawaian, guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Tugas Akhir pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Medan Area. Dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari bernagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam meluangkan waktu dan pikiran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dr. Yurial Arief Lubis, S.Sos., M.I.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
3. Ibu Dr. Rehia K. Isabella Barus, M.SP selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area

4. Ibu Dr. Nina Siti S. Siregar, M.Si Dosen Pembimbing yang sudah senantiasa memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Pengampu Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area yang sudah memberikan ilmu kepada penulis.
6. Seluruh Staff Administrasi Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan segala urusan berkas-berkas administrasi penulis.
7. Perusahaan Umum Daerah (PUD) Pasar Kota Medan yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan sebuah penelitian.
8. Kepada Kepala Bagian serta seluruh Staff Bagian Kepegawaian PUD Pasar Kota Medan yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan wawancara penelitian skripsi ini.
9. Kepada Ibu Saya tercinta Ibu Susi Khairunnisa yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya memberikan ketulusan doanya, dukungan dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan kuliah di Universitas Medan Area.
10. Kepada saudara tercinta penulis Steven, Sendy dan Senzovy yang selalu memberikan semangat dan dorongan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan kuliah di Universitas Medan Area.
11. Kepada teman-teman saya “Jalan Sembung No.2” yang selalu memberikan dukungan dan dorongan baik selama saya melakukan perkuliahan serta dalam proses penyelesaian skripsi ini. Saya berharap hal yang terbaik yang

terjadi dalam setiap cerita perteman kita hingga semua impian dan cita-cita kita terwujud.

12. Terakhir diri saya sendiri, terimakasih telah berjuang melewati semuanya, untuk segala kerja keras dan semangatnya. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dan selalu yakin, bahwa kamu mampu melewatinya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata “sempurna”, untuk itu penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan pada masa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran, wawasan, dan ilmu yang baru bagi semua pihak serta khususnya bagi penulis sendiri.

Medan, 7 Febuari 2026

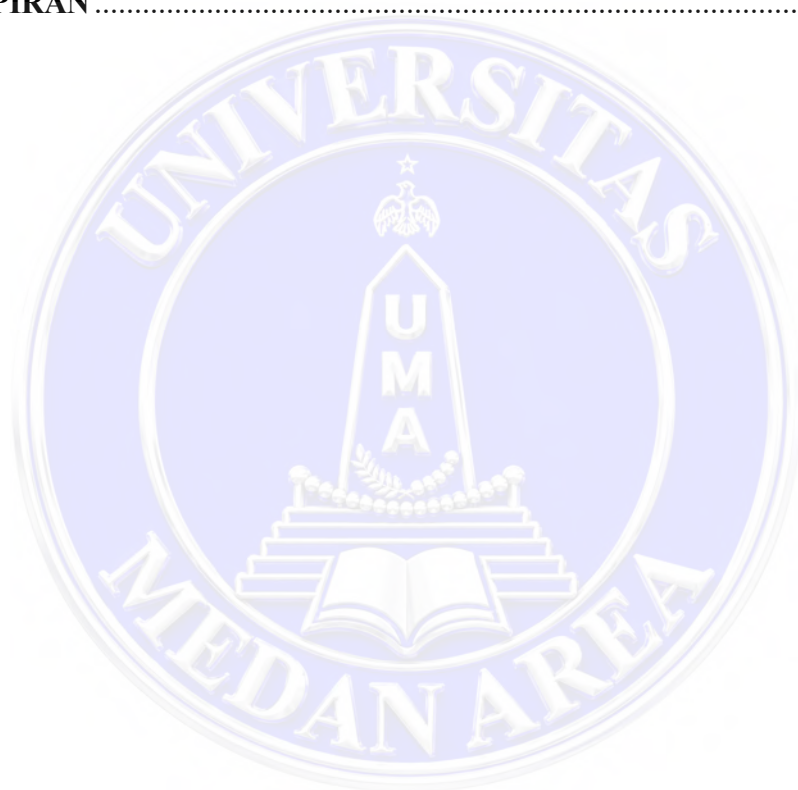
Saqina Fidelia

218530040

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Komunikasi Krisis	6
2.1.1 Pengertian Komunikasi Krisis	6
2.1.2 Jenis Komunikasi Krisis.....	8
2.1.3 Tujuan Komunikasi Krisis	9
2.1.4 Strategi Pencegahan dalam Komunikasi Krisis	10
2.2 Manajemen Krisis Komunikasi.....	12
2.2.1 Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Komunikasi Krisis	12
2.2.2 Teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT)	13
2.3 Komunikasi Organisasi.....	14
2.3.1 Fungsi Komunikasi Organisasi	15
2.3.2 Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi	16
2.4 Manajemen Kepegawaian	17
2.5 Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan	19
2.5.1 Bidang Kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan	20
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Kerangka Berfikir	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN	27
3.1 Metodologi Penelitian	27
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	28
3.4 Informasi Penelitian	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.7 Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan	33
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Umum Daerah (PUD) Pasar Kota Medan	35
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan	36
4.1.4 Bagian Kepegawaian.....	37
4.1.5 Gambaran Umum Narasumber	40
4.1.6 Hasil Wawancara	45

4.2	Pembahasan.....	55
4.2.1	Implementasi Komunikasi Krisis Dalam Bidang Manajemen Kepegawaian.....	55
4.2.2	Faktor Yang Berperan Dalam Terlaksananya Implementasi Komunikasi Krisis.....	57
4.2.3	Hambatan Penelitian	61
4.2.4	Keabsahan Data.....	63
4.2.5	Profil Triangulator.....	63
4.2.6	Hasil Triangulasi	64
4.2.7	Analisis Keabsahan Data.....	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		74



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	22
------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	26
Gambar 2. Struktur Organisasi Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan.....	36



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan unsur fundamental dalam keberlangsungan dan keberhasilan suatu organisasi. Melalui komunikasi yang efektif, organisasi mampu menyampaikan informasi, membangun hubungan kerja yang harmonis, serta mengoordinasikan berbagai aktivitas untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks organisasi publik, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam menjaga stabilitas internal, meningkatkan kinerja pegawai, serta membangun kepercayaan terhadap manajemen.

Tantangan komunikasi akan semakin kompleks ketika organisasi dihadapkan pada situasi krisis. Krisis merupakan kondisi tidak terduga yang berpotensi mengganggu operasional organisasi, menurunkan produktivitas kerja, memicu konflik internal, serta merusak kepercayaan dan reputasi Perusahaan. Coombs (2014) mendefinisikan krisis sebagai ancaman signifikan terhadap organisasi yang dapat menimbulkan dampak negative apabila tidak ditangani secara tepat. Oleh karena itu, organisasi dituntut untuk memiliki kesiapan dalam menghadapi krisis melalui perencanaan dan penerapan komunikasi krisis yang sistematis.

Komunikasi krisis merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan sebelum, selama, dan setelah terjadinya krisis dengan tujuan untuk mengendalikan situasi, meminimalisir dampak negatif, serta memulihkan kondisi organisasi. Komunikasi krisis yang efektif harus berlandaskan pada prinsip kecepatan, ketepatan, keterbukaan, dan empati. Tanpa komunikasi

yang jelas dan transparan, krisis berpotensi berkembang menjadi masalah yang lebih besar karena munculnya rumor, kesalahpahaman, dan ketidakpastian di kalangan pegawai.

Salah satu aspek organisasi yang paling rentan terdampak dalam situasi krisis adalah bidang kepegawaian. Bidang kepegawaian memiliki peran strategis dalam mengelola sumber daya manusia, mengatur hubungan kerja, serta menjamin terpenuhinya hak dan kewajiban pegawai, permasalahan dalam bidang kepegawaian, seperti konflik antarpegawai, ketidakpuasan terhadap kebijakan manajemen, hingga keterlambatan pembayaran gaji, dapat berkembang menjadi krisis internal yang mengganggu stabilitas organisasi apabila tidak ditangani dengan komunikasi yang efektif dan berkelanjutan.

Fenomena krisis internal dalam bidang kepegawaian juga terjadi di Perusahaan Umum Daerah (PUD) Pasar Kota Medan. Berdasarkan pengamatan awal peneliti, terdapat permasalahan keterlambatan pembayaran gaji pegawai yang berdampak langsung terhadap kondisi psikologis dan motivasi kerja pegawai. Keterlambatan gaji tidak hanya menimbulkan keresahan, tetapi juga memicu rasa ketidakadilan dan menurunnya kepercayaan pegawai terhadap manajemen Perusahaan.

Selain permasalahan gaji, fenomena konflik internal antarpegawai juga menjadi isu yang cukup menonjol. Konflik tersebut muncul baik secara horizontal, yaitu antarpegawai dengan level jabatan yang sama, maupun secara vertikal antara pegawai dan atasan. Konflik sering dipicu oleh tekanan kerja, perbedaan persepsi, beban kerja yang tidak merata, serta kurangnya kejelasan informasi dari pihak manajemen. Kondisi ini

menunjukkan bahwa permasalahan komunikasi memiliki kontribusi yang signifikan terhadap munculnya krisis internal di lingkungan kerja.

Fenomena lain yang turut memperburuk situasi krisis adalah terjadinya miskomunikasi antara manajemen dengan pegawai terkait kebijakan kepegawaian. Informasi yang tidak tersampaikan secara jelas, konsisten dan merata menyebabkan munculnya persepsi negatif, spekulasi, serta penyebaran informasi yang tidak akurat. Apabila dibiarkan, miskomunikasi ini dapat memperbesar konflik, memperlemah loyalitas pegawai, serta mengganggu kinerja organisasi secara keseluruhan.

Dalam konteks organisasi publik seperti PUD Pasar Kota Medan, krisis internal di bidang kepegawaian tidak hanya berdampak pada pegawai, tetapi juga berimplikasi pada kualitas pelayanan publik. Pegawai merupakan ujung tombak dalam pelaksanaan tugas pelayanan kepada Masyarakat, sehingga menurunnya motivasi dan kinerja pegawai akibat krisis internal berpotensi menurunkan kualitas layanan yang diberikan kepada pedagang dan Masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama.

Oleh karena itu, komunikasi krisis menjadi elemen yang sangat penting dalam penanganan permasalahan internal organisasi. Komunikasi krisis tidak hanya bersifat reaktif setelah krisis terjadi, tetapi juga bersifat proaktif melalui upaya pencegahan dan kesiapsiagaan. Dengan komunikasi yang cepat, tepat dan terbuka, organisasi dapat meredam konflik, menenangkan pegawai, membangun kembali kepercayaan, serta menjaga stabilitas organisasi di tengah situasi krisis.

Sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), PUD Pasar Kota Medan dituntut untuk menerapkan manajemen krisis yang profesional dan

bertanggung jawab, khususnya dalam bidang kepegawaian. Implementasi komunikasi krisis yang efektif diharapkan mampu menciptakan hubungan kerja yang harmonis, meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pegawai, serta memastikan keberlangsungan operasional perusahaan secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengkaji secara mendalam bagaimana implementasi komunikasi krisis dalam bidang kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi krisis dalam menghadapi dan menyelesaikan permasalahan internal organisasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka uraian rumuan masalah terbagai menjadi;

1. Bagaimana implementasi komunikasi krisis dalam bidang manajemen kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan?
2. Apa saja faktor yang berperan dalam terlaksananya implementasi komunikasi krisis pada bidang kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian yang dituangkan dalam rumusan masalah sebagai berikut;

1. Untuk menganalisis bagaimana implementasi komunikasi krisis dalam bidang kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan.
2. Untuk mengetahui apa faktor yang berperan pada terlaksananya implementasi komunikasi krisis dalam bidang kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang ingin penulis capai:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi, khususnya dalam konteks implelementasi komunikasi krisis pada bidang internal perusahaan.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis yang dapat memperkaya literatur dan kajian akademis dalam bidang Ilmu Komunikasi, terutama dalam bidang komunikasi krisis internal perusahaan.

3. Manfaat Bagi Perusahaan Umum Pasar Kota Medan

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan terutama pada bidang kepegawaian. Dengan menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas penangan krisis oleh bidang kepegawaian melalui implelementasi komunikasi krisis, baik dari segi penangan krisis sampai pada penyelesaian krisis

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Komunikasi Krisis

2.1.1 Pengertian Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen krisis yang menjadi penentu keberhasilan suatu organisasi dalam menghadapi situasi tidak terduga dan berpotensi merusak reputasi, operasional, serta hubungan dengan pemangku kepentingan. Dalam situasi krisis, organisasi sering kali dihadapkan pada tekanan yang besar untuk merespons dengan cepat dan tepat, karena waktu yang dimiliki untuk mencegah eskalasi masalah terbatas. Dalam kondisi ini, komunikasi krisis bukan hanya sekedar menyampaikan informasi kepada publik, tetapi juga tentang bagaimana membangun kepercayaan, menjalin dialog, dan memberikan solusi yang dapat diterima oleh semua pihak yang berdampak.

Komunikasi krisis berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan organisasi dengan para pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, mitra bisnis, media dan masyarakat umum. Tujuan utamanya adalah untuk mengendalikan narasi, mencegah penyebaran informasi yang salah, dan menjaga stabilitas organisasi selama krisis berlangsung. Prinsip utama yang harus dipegang dalam komunikasi meliputi transparansi, akurasi, konsistensi, dan empati. Tanpa keempat elemen ini, upaya komunikasi sering kali tidak efektif dan bahkan dapat memperburuk situasi.

Beberapa komunikasi krisis menurut para ahli:

1. Fearn-Banks (2011)

Komunikasi krisis adalah dialog antara organisasi dan publik yang terjadi sebelum, selama, dan setelah krisis, dengan tujuan meminimalkan dampak negatif terhadap organisasi.

2. Gonzalez-Herrero dan Pratt (1996)

Mengatakan komunikasi krisis adalah langkah proaktif dan reaktif dalam mengelola informasi selama krisis, termasuk merespons kebutuhan berbagai pemangku kepentingan dengan cepat dan efektif.

3. Ulmer, Sellnow, dan Seeger (2007)

Komunikasi krisis adalah upaya untuk memberikan informasi dan arahan kepada publik selama situasi yang penuh ketidakpastian dan risiko, dengan fokus pada perlindungan keselamatan dan reputasi.

Dapat disimpulkan komunikasi krisis adalah upaya yang dilakukan oleh organisasi, perusahaan, atau individu untuk mengelola dan mengatasi situasi krisis yang dapat membahayakan operasional, reputasi, atau kepercayaan publik. Untuk mengurangi efek negatif dan mengembalikan kepercayaan, tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa pemangku kepentingan terkait menerima informasi yang akurat dan jelas.

Pra krisis adalah tahapan awal sebuah krisis, fase ini melibatkan semua upaya pencegahan sebelum terjadinya krisis, hal yang dilakukan pada fase ini ialah mengidentifikasi krisis kemudian membentuk strategi yang digunakan untuk membuat tim khusus yang bertujuan untuk menangani krisis.

Krisis, tahap ini ialah fase dimana PR harus sigap dan berani dalam menghadapi krisis yang terjadi dengan merespon krisis agar mereda. Pasca krisis, pada tahap ini krisis sudah mereda, dari sini PR harus melakukan evaluasi terkait

krisis yang sudah terjadi agak tidak terulang kembali, dan ditahap ini juga merupakan tahap dimana krisis dapat merusak citra dan reputasi sebuah organisasi atau perusahaan, hal ini dilakukan untuk menjaga reputasi perusahaan agak bagus kembali.

2.1.2 Jenis Komunikasi Krisis

Menurut Michael Regester dan Judy larkin (2005) krisis sebagai situasi yang membuat perusahaan menjadi subjek pembicaraan umum. Tetapi menurut Steven Fink (2005) krisis sebagai kondisi yang tidak stabil dimana perusahaan harus mengambil tindakan dan keputusan secara cepat dan tepat.

Dari pernyataan tersebut terdapat dua keputusan yaitu, pertama adalah hasil yang tidak diinginkan, berarti situasi dapat menjadi lebih buruk dari sebelumnya, sementara yang kedua memberikan hasil yang bermanfaat, yang dapat membuat perusahaan lebih baik dari sebelumnya. Krisis tidak hanya menyebabkan masalah, tetapi juga membuat banyak orang membicarakan perusahaan dengan cara yang tidak baik. Namun, krisis dapat membantu perusahaan menjadi lebih kuat ketika masalah bisa ditangani dengan cepat dan juga tepat. Dalam Akhyar dan Pratiwi (2019) Cutlip (2000) mengemukakan jenis krisis berdasarkan waktu sebagai berikut:

1. *Immediate Crisis*, atau komunikasi krisis yang bersifat segera adalah jenis krisis yang paling ditakuti oleh perusahaan karena muncul secara tiba-tiba tanpa tanda-tanda sebelumnya, seperti gempa bumi, kebakaran, dan serangan bom, misalnya. Sangat penting bagi level manajemen yang tinggi untuk mencapai kesepakatan terlebih dahulu tentang jenis krisis ini. Hal ini dilakukan untuk membuat rencana umum agar manajemen tidak bingung dan setidaknya tahu bagaimana menghadapi krisis seperti ini.

2. *Emerging Crisis*, atau krisis yang baru muncul, jenis krisis seperti ini memerlukan analisis krisis oleh seorang profesional PR sebelum masalahnya meledak dan mengakibatkan kerusakan bagi organisasi atau perusahaan. Contoh jenis krisis ini adalah rendahnya semangat karyawan, pelecehan seksual dan penyalahgunaan jabatan ditempat kerja, dan lainnya.
3. *Sustained Crisis*, atau krisis bertetahan, krisis jenis ini muncul setiap bulan atau tahun bahkan setelah lama berlalu. Namun, manajemen perusahaan telah mengatasi masalah tersebut dengan sebaik mungkin. Salah satu contoh krisis jenis ini adalah rumor atau spekulasi yang menyebar dari mulut ke mulut tentang suatu perusahaan, yang kemudian disebarluaskan oleh media massa dan tidak dapat dicegah oleh manajer hubungan masyarakat.

2.1.3 Tujuan Komunikasi Krisis

Tujuan komunikasi krisis adalah menjadi panduan utama yang membantu organisasi untuk menghadapi tekanan, mengurangi dampak negatif, dan memulihkan citra. Adapun tujuan komunikasi krisis ini sangat penting untuk diperhatikan agar setiap respons yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan berbagai pemangku kepentingan dan menjaga keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang. Namun bila tidak dapat dihindari, tujuannya adalah menghentikan krisis dengan cepat, membatasi kerugian, memulihkan dan mengembalikan kepercayaan publik, meraih kembali reputasi perusahaan yang sudah rusak atau hilang. Keberhasilan komunikasi krisis dilihat dari keberhasilannya dalam membantu mewujudkan tujuan manajemen krisis.

Menurut Coombs (2007), strategi komunikasi krisis memiliki tiga tujuan yang berkaitan dengan perlindungan reputasi:

- a. Membentuk karakter krisis,
- b. Mengubah persepsi organisasi terhadap krisis,
- c. Mengurangi dampak buruk krisis;

Kriyantono (2014) Teori ini sangat penting karena menekankan perlindungan publik dan stakeholder dari kerugian dan kerusakan daripada menjaga reputasi organisasi. Coombs mengatakan bahwa ada pendekatan tiga tahap atau “*three-staged Approach*” dalam komunikasi krisis, yaitu *Pre Crisis* (sebelum krisis), *Crisis Event* (saat krisis terjadi), dan *Post Crisis* (setelah krisis).

2.1.4 Strategi Pencegahan dalam Komunikasi Krisis

Telah banyak dilakukan penelitian dalam membahas komunikasi krisi dan bagaimana cara menggunakannya. Peneliti tertentu dapat membagi proses komunikasi krisis ke dalam tahapan tertentu, sementara peneliti lain menekankan bagian-bagian penting dari proses tersebut.

Menurut Hale (1997) yang membagi komunikasi krisis ke dalam enam tahapan:

1. Pondasi atau keterkaitan antar sektor;
2. Validasi data untuk menghadapi data-data yang tidak akurat;
3. Penyaringan dan pengolahan pesan akan dapat tersampaikan dengan tepat;
4. Lapisan nilai-nilai dari interpretasi atas pesan;
5. Lapisan memori organisasi untuk memberikan akses informasi kepada pengambil keputusan dan;
6. Kolaborasi.

Sedangkan menurut Reynolds dan Seeger (2005) membagi tahapan-tahapan dari komunikasi krisis ke dalam lima tingkatan yaitu resiko, erupsi, pembersihan, pemulihan dan evaluasi.

Dalam manajemen krisis, lebih berorientasi terhadap keselamatan publik, menurut Kriyantono (2015) PR dapat menerapkan strategi komunikasi krisis yang dirancang dengan:

1. Mengatur tim manajemen krisis yang terpadu dengan koordinasi yang kuat dan diikat oleh perencanaan komunikasi krisis yang baik, termasuk pembagian kerjanya.
2. Mengurangi resiko munculnya shock, kepanikan dan kekhawatiran publik dengan mengumpulkan fakta-fakta dan mempersiapkan pernyataan kenapa publik. Fakta-fakta harus dikonfirmasi untuk memastikan tidak ada yang palsu ataupun mis-komunikasi.
3. Mengurangi spekulasi-spekulasi khususnya di awal-awal krisis dengan mengontak media massa untuk memberikan tiga informasi dasar seperti:
 - a. Inilah yang terjadi (termasuk siapa korban dan penyebabnya);
 - b. Inilah yang telah kami lakukan (untuk masalah dan dampaknya);
 - c. Inilah yang kami rasakan (sedih, prihatin, bela sungkawa, mohon maaf terlepas salah atau benar).

Spekulasi yang dibiarkan akan memunculkan rumor yang memungkinkan lebih dipercaya, mempengaruhi persepsi dan dianggap sebagai kebenaran

Komunikasi krisis adalah bagian dari membuat strategi untuk menyampaikan pesan dengan efektif selama krisis berlangsung. Tentu saja, ahli yang berpengalaman dan juga dapat diandalkan sangat diperlukan dalam proses pembuatan strategi untuk melakukan intervensi publik yang efektif. Pihak yang

bertanggung jawab untuk melakukan komunikasi krisis juga harus dapat membuat tanggapan yang tepat untuk tantangan yang kompleks, yang membutuhkan koordinasi internal dan eksternal; Kádárová, Mihalčová, Kádár, & Vida (2015) Saliou (2020). Menurut Coombs (2015), mengelola makna dan mengelola informasi adalah dua pendekatan umum untuk komunikasi krisis.

2.2 Manajemen Krisis Komunikasi

Menurut Coombs (2019) manajemen komunikasi krisis komunikasi adalah elemen penting dalam kesuksesan dan kelangsungan organisasi di era yang penuh tantangan ini. Dalam dunia yang semakin kompleks dan berubah dengan cepat, organisasi dari berbagai sektor dan industri dihadapkan pada ancaman yang dapat datang dalam berbagai bentuk, mulai dari bencana alam hingga isu-isu reputasi yang sensitif. Pengenalan praktik manajemen krisis menjadi semakin mendesak, mengingat dampak yang dapat ditimbulkan jika tidak ditangani dengan baik. Latar belakang perubahan lingkungan global, teknologi informasi yang menghubungkan semua orang, serta eksposur yang tinggi terhadap media massa membuat manajemen krisis komunikasi menjadi elemen penting dalam menjaga reputasi dan keberlanjutan organisasi.

2.2.1 Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Komunikasi Krisis

Transparansi dan keterbukaan, Menurut Bovaird, T., & Löffler, E. (2019), transparansi adalah sebuah hal yang merujuk pada tingkat keterbukaan dan kejelasan dalam tindakan, kebijakan, proses, atau informasi suatu entitas atau organisasi. Ini berarti bahwa organisasi atau individu bersedia untuk menyembunyikan sesuatu.

Transparansi berkontribusi pada pemahaman dan kepercayaan pemangku kepentingan, seperti pelanggan, karyawan, investor, dan masyarakat umum. Adapun keterbukaan lebih menekankan pada sikap dan perilaku yang jujur, terbuka dan adil. Keterbukaan mencakup kemauan untuk berkomunikasi secara jujur, mengakui kesalahan, dan menerima umpan balik atau kritik dengan baik. Ini mencerminkan integritas dan komitmen untuk bertindak dengan jujur dan mendukung keadilan.

2.2.2 Teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT)

Menurut Coombs, (2007), dalam mengatasi krisis yang harus dihadapi organisasi, terdapat beberapa teori komunikasi krisis yang dapat diambil oleh organisasi, salah satunya adalah teori komunikasi krisis situasional.

Teori Komunikasi Krisis Situasional (*Situational Crisis Communication Theory/SCCT*) dikembangkan untuk menginvestigasi strategi respon krisis yang harus diambil pada saat terjadi situasi krisis untuk memulihkan reputasi organisasi dengan menggunakan jalan yang terbaik.

David dan Chiciudean, (2013) mengatakan, SCCT juga menawarkan alat yang praktis yang dapat digunakan oleh manager dan praktisi komunikasi sebagai alat yang bisa menggali lebih dalam mengenai reputasi sebagai bagian penting dalam organisasi.

Clayes, Cauberghe, Vyncke (2010), juga mengatakan strategi respon krisis yang diambil oleh setiap organisasi berbeda yang ditentukan oleh pusat kendali seseorang yang bisa mempengaruhi faktor-faktor nilai internal dan eksternal organisasi. Dalam Jamilah dan Hassan (2017), menemukan fokus dari teori ini adalah penggunaan komunikasi untuk selalu dapat menjaga dan melindungi nilai-nilai reputasi organisasi, dimana terdapat hubungan antara kredibilitas organisasi,

tanggung jawab terhadap krisis dan *performance* organisasi yang dimiliki dari setiap individu dalam organisasi. Hal ini membantu organisasi dalam menentukan strategi komunikasi berdasarkan tingkat keterlibatan dalam krisis.

2.3 Komunikasi Organisasi

Menurut Pace dan Faules dalam (Nina, 2012) komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Definisi tersebut lebih menekankan pada aspek fungsional (objektif). Sedangkan bila dilihat dari perspektif interpretative (subjektif), komunikasi organisasi dipandang sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi.

Dalam Asri, (2022) Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam organisasi, baik dalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi.

Sedangkan menurut R. Wayne Pace, (2015) komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Goldhaber dalam Ruliana, (2016) mengemukakan bahwa komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama

lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah.

- b. Komunikasi organisasi melibatkan pesan dan saluran, tujuan, arah, dan media.
- c. Komunikasi organisasi melibatkan orang-orang dan sikap mereka, perasaan, hubungan, dan keterampilan.
- d. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya, baik internal (disebut budaya) dan eksternal.

2.3.1 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam Ruliana, (2016) Liliweri mengemukakan dua fungsi komunikasi organisasi yaitu:

1. Fungsi Umum

- a. Menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya, contoh: deskripsi pekerjaan (*job description*)
- b. Menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Contoh: *public relation*, pameran, ekspo, dan lain-lain.
- c. Meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan oleh orang lain tentang organisasi.
- d. Menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan

besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkan ke dalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando atau perintah.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

2.3.2 Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi

Dikutip dari Suryani, n.d menurut Badu dan Djafri (2017), hambatan dalam proses komunikasi organisasi banyak jenisnya, hambatan yang paling sulit adalah melaksanakan komunikasi yang efektif.

Maksudnya adalah pengiriman pesan oleh pemberi informasi tidak dapat diterima oleh peneriman pesan karena adanya kesalahpahaman terhadap isi pesan yang dikirimkan. Kendala lain yang sering ditemui yaitu seperti berikut:

1. Mis-informasi atau Distorsi Informasi yang diterima tidak sesuai dengan informasi yang dikirimkan disebabkan oleh berbagai interpretasi di setiap tingkat hierarki. Contoh: kesalahan dalam penyampaian tujuan proyek dari manajemen kepada staf operasional.
2. Kurangnya Transparansi, manajemen cenderung menyimpan informasi yang dianggap sensitif, yang dapat menimbulkan ketidakpercayaan di

antara karyawan. Sebagai akibatnya, karyawan merasa tidak terlibat atau dirugikan dalam proses pengambilan keputusan.

3. Perbedaan Tingkat Manajerial dan Staf Operasional, hierarki yang kaku sering kali menghambat komunikasi dua arah, terutama apabila karyawan enggan memberikan umpan balik kepada atasan. Hal ini mengakibatkan perlambatan dalam proses identifikasi dan penyelesaian terhadap masalah operasional.
4. Perbedaan Budaya dan Bahasa, dalam organisasi besar dengan adanya tenaga kerja yang beragam, perbedayaan budaya dan bahasa dapat mengakibatkan kesalahpahaman.
5. Kelebihan Informasi (*Information Overload*), terlalu banyak informasi yang disampaikan melalui berbagai saluran, sehingga karyawan mengalami kesulitan dalam menentukan prioritas informasi yang harus diutamakan.
6. Kurangnya Kemampuan Komunikasi, beberapa karyawan atau manajer mungkin tidak memiliki keterampilan dalam komunikasi yang memadai, seperti kemampuan mendengarkan secara aktif atau menyampaikan pesan dengan jelas.

2.4 Manajemen Kepegawaian

Manajemen kepegawaian adalah alih bahasa dari *personal management*. Seperti ilmu lain yang menyangkut manusia, tidak ada definisi manajemen kepegawaian atau personalia yang disebut juga dengan Manajemen Sumber Daya Manusia.

Dalam Khoiri (2020) Menurut Flipppo, (1980) manajemen Personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan kegiatan-kegiatan

pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi dan masyarakat.

Handoko, (2001) French (1947) mendefinisikan manajemen personalia sebagai penarikan, seleksi, pengembangan, penggunaan, dan pemeliharaan sumber daya manusia oleh organisasi. Handoko (2001) dalam bukunya menyimpulkan bahwa “manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan individu atau organisasi”.

Dalam Khoiri (2020) Sedarmayanti (2010) menyatakan bahwa sumber daya manusia adalah kebijakan dan praktik menentukan aspek manusia atau sumber daya manusia dalam posisi manajemen, termasuk merekrut, menyaring, memberi penghargaan dan penilaian.

Dari beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen kepegawaian adalah segala aktivitas yang berkenaan dengan pemberdayaan sumber daya manusia dalam suatu kerjama untuk mencapai tujuan tertentu. Aktivitas yang berkenaan dengan pemberdayaan sumber daya manusia adalah:

1. Perencanaan
2. Pengadaan
3. Pengembangan
4. Promosi
5. Penempatan
6. Penggajian
7. Kesejahteraan
8. Dan pemberhentian

2.5 Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan

Pada awalnya keadaan pasar ini belum terorganisir secara baik dan belum terpelihara, dan dengan adanya Gemente Medan maka terfikirkan tentang pendirian pasar. Pasar yang pertama dibangun oleh Gemente Medan adalah pasar Bundar Petisah pada tahun 1919 dan telah dibongkar pada tahun 1973 yang dipindahkan ke proyek Pusat Pasar, sedangkan pasar lainnya adalah pasar swasta seperti milik Tjong A Fie yang bernama Pasar Ikan di jalan Ahmad Yani II (Jalan Perniagaan) yang kemudian dipindahkan ke jalan Cirebon untuk dibangun pasar yang lebih baik.

Mengetahui hasil daripada sidang Gemente Medan pada tanggal 19 April 1929, maka dibangunlah pasar diatas sebidang tanah datar yang sebelumnya adalah lapangan kuda. Pembangunan tersebut terdiri atas 4 (empat) *loods* besar (I,II,III,IV) masing-masing berukuran 36x15 meter juga dikelilingi 183 toko permanen, yang dimulai pada tanggal 2 april 1931 dan selesai pada tanggal 31 Desember 1932 dengan biaya sebesar Rp.1.567.208;

Tahun 1957 dibangunlah beberapa kios diantaranya *loods* I, II, sesuai dengan keputusan DPRD/P lalu dibongkar dalam rangka pembangunan pasar Mercur Buana, yang menggantikan *loods* I,II, yang terbakar pada tanggal 27 November 1971, tahun 1986 kepadatan pedagang di Pusat Pasar Kota Medan tidak tertampung lagi, maka berbagai pertimbangan dilakukan dengan membangun pasar proyek C yang terbakar pada tanggal 17 Maret 1973.

Dengan perkembangan yang begitu pesat seperti bangunan pasar-pasar inpres di daerah perluasan serta menggantikan pasar Ex *lood* III,IV dan proyek C adalah Pusat Pasar Medan yang diresmikan pada tanggal 31 Agustus 1987.

Dengan banyaknya pasar maka juga memperlancar antara produsen dan konsumen atau antara penjual dan pembeli. Sebelum PD Pasar terbentuk pengolahan

pasar-pasar yang beradasa di Kotamadya Medan masih ditangani oleh Dinas Pasar Kotamadya Tingkat II Medan.

Pada tanggal 17 Juni 1993 sesuai dengan Perda No. 15 Tahun 1992 yang di sahkan oleh Gurbernur Kepala Daerah tingkat I Sumatera Utara dengan surat keputusan No. 188.342-09 Tahun 1995 pada tanggal 15 Februari 1995 dan telah diundangkan dalam lembaran daerah Kodati II Medan seri D No. 6 tanggal 13 Maret 1993, dibentuklah Perusahaan Umum Daerah Kota Medan.

Setelah pengesahan daerah pasar terbentuk maka Dinas Pasar yang sebelumnya mengelola pasar-pasar tersebut diubah menjadi Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan yang merupakan Badan Usaha Milik Daerah dan sudah berjalan sampai saat ini. Tujuan didirikannya PUD Pasar Kota Medan adalah untuk mewujudkan dan meningkatkan pelayanan umum kepada masyarakat di bidang saran pasar serta meningkatkan pendapatan asli daerah.

2.5.1 Bidang Kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan

Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan memiliki bidang tata kelola kepegawaian dibawah dengan Direktur Sumber Daya Manusia. Bidang Kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan di pimpin oleh, kepala bidang yang membawahi kepala sub-bagian.

Tugas di bidang Kepegawaian:

- a. Menyusun rencana kegiatan
- b. Melaksanakan usaha pegawai/karyawan
- c. Melaksanakan pengurus kesejahteraan pegawai/karyawan
- d. Memproses saran dan pertimbangan kepada atasan sesuai dengan bidang dan tugasnya
- e. Memproses dan membayar gaji pegawai

f. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan.

Dalam melaksanakan tugas ini, bidang kepegawaian juga mengalami beberapa masalah. Hal ini menjadi kajian yang ingin di teliti oleh penulis tentang bagaimana bidang kepegawaian menghadapi permasalahan yang terjadi dengan implementasi komunikasi krisis di dalam menyelesaikan masalah internal di perusahaan terkhusus pada permasalahan di kepegawaian.



2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama dan Tahun	Metode	Teori	Hasil
1.	Analisis Strategi Komunikasi Krisis Badan Kepegawaian Negara Republik Indonesia Dalam Penanganan Krisis Humas Pada Pemebritaan Media Online.	Najib, Muhammad Arya Raharji (2023)	Kualitatif	Manajemen Krisis (Frank Yakni) dan Strategi Komunikasi Krisis (Rhenald Kasali)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh BKN terdiri dari 5 (lima) bagian, yaitu: (1) identifikasi dan analisis krisis, (2) membentuk tim manajemen komunikasi krisis dan menunjuk juru bicara, (3) menentukan strategi dan media komunikasi, dan menyusun timeline rencana aksi (action plan), (4) Bekerjasama dengan pihak ketiga/konsultan PR, dan (5) Evaluasi dan Pelaporan hasil tindak lanjut penangan krisis kepada Pimpinan. Terdapat 3 (tiga) strategi komunikasi yang dilakukan oleh BKN dalam penanganan krisis yaitu: (1) strategi defensif dengan tidak melakukan apa-apa sat krisis bar saja terjadi, dan membentengi dir dengan kuat dengan cara melakukan koordinasi dengan pihak eksternal, (2) strategi adaptif dengan mengubah kebijakan, memperkuat operasional, dan meluruskan citra, (3) strategi dinamis yaitu dengan menggandeng kekuasaan dan melempar is baru untuk mengalihkan perhatian. Penelitian in merekomendasikan peneliti lain untuk menggunakan konsep maupun teori yang berbeda dalam penanganan krisis yang terjadi di organisasi maupun instansi pemerintah. Dengan demikian, dapat dilihat perbedaan antara konsep yang menggunakan strategi humas dalam menagani krisis dengan konsep kehumasan yang lain. Adapun untuk BKN memaksimalkan peran humas dalam manajemen is sehingga pencegahan dan penanganan krisis yang terjadi dapat dilakukan secara terencana dan maksimal.

2.	Strategi Komunikasi Mempertahankan Reputasi Organisasi dalam Manajemen Krisis dengan Menggunakan Teori Komunikasi Krisis Situasional.	Irnawati W Kahardja (2022)	Studi Pustaka	Teori Komunikasi Krisis Situasional	Hasil penelitian ini memperkuat dalam pengguna strategi komunikasi yang tepat untuk tetap menjaga reputasi dalam menangani krisis yang terjadi
3.	Manajemen Komunikasi Krisis PT. Evos Esports Indonesia Dalam Menjaga Citra Perusahaan Startup Di Era Buble Burst.	Auriga, Helen Sandra (2024)	Kualitatif	Manajemen Komunikasi Krisis dan Strategi Komunikasi Krisis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas EVOS Esports mengadopsi strategi yang berbeda untuk setiap kelompok pemangku kepentingan. Media, dengan pengaruhnya yang signifikan, memerlukan strategi defensif yang berfokus pada tindakan konkret. Strategi adaptif diterapkan kepada karyawan, meliputi restrukturisasi. Lebih jauh, penguatan kepercayaan dalam komunitas, penggemar, dan klien melalui inovasi produk dan acara perusahaan merupakan bagian dari strategi adaptif. Tujuan utama manajemen krisis melalui berbagai strategi komunikasi krisis adalah untuk mengelola ekspektasi dan membangun kembali kepercayaan di antara semua pemangku kepentingan. Strategi yang tepat bagi masing-masing pemangku kepentingan membentuk persepsi mereka masing-masing terhadap citra perusahaan, dengan demikian memastikan citra perusahaan terjaga sesuai dengan persepsi masing-masing pemangku kepentingan.
4.	Evaluasi Strategi Komunikasi Krisis PERURI dalam Kasus E-Meterai Tahun 2024 Berdasarkan	Vional Rizka Ananda (2025)	Kualitatif	Situasional Crisis Communication Theory (Teori Komunikasi Krisis Situasional)	Hasil penelitian menunjukan bahwa Peruri menerapkan Strategi <i>diminishment</i> dan <i>rebuilding</i> yang sesuai dengan reputasi institusi penanganan krisis sebelumnya.

	<i>Situational Crisis Communication Theory</i>				
--	--	--	--	--	--

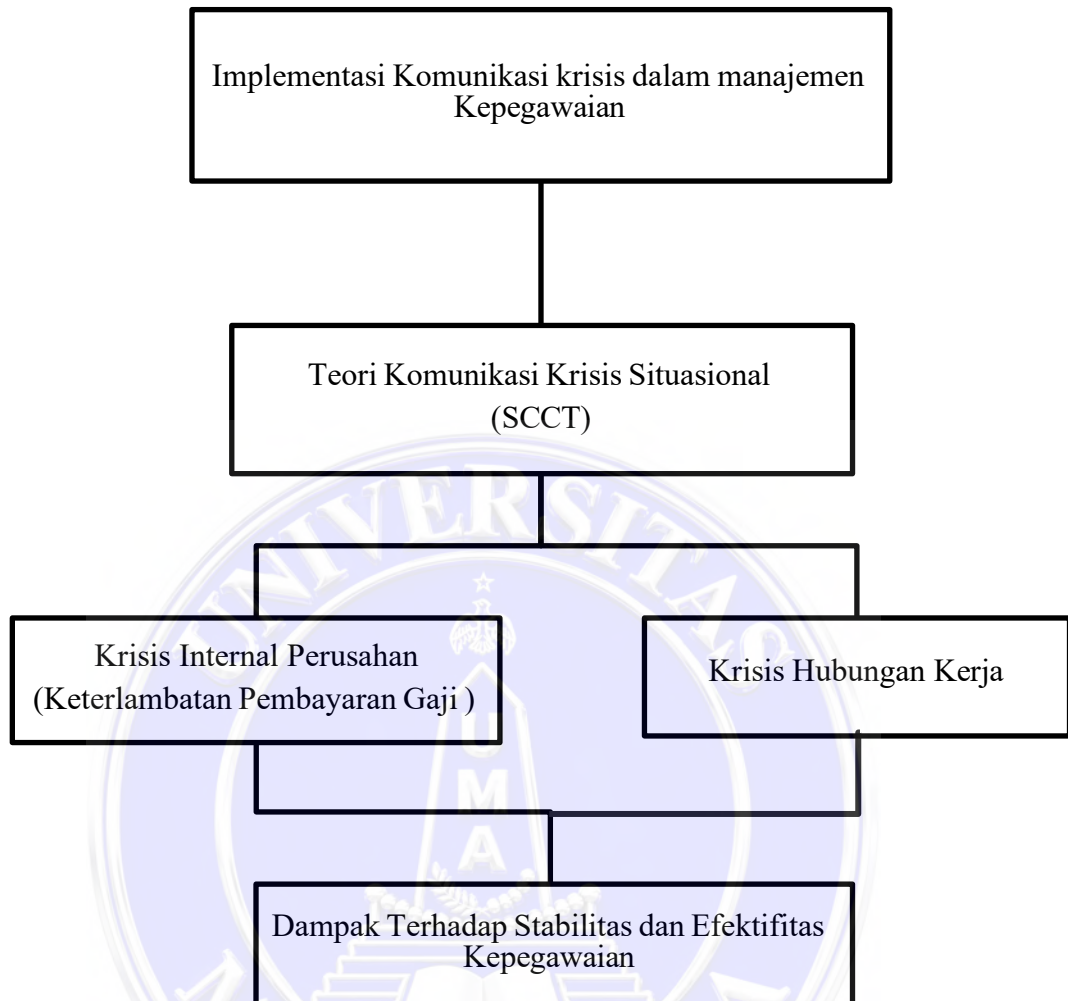


2.7 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyone (2012), kerangka berfikir adalah sintesis yang menggambarkan hubungan antara variable-variabel yang disusun berdasarkan berbagai teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Kerangka pemikiran ini berfungsi sebagai representasi dalam tinjauan Pustaka, yang didasarkan oleh teori-teori yang menjadi landasan penelitian. Secara keseluruhan, kerangka pemikiran berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variable yang sedang diteliti.

Untuk membangun kerangka pemikiran yang kuat, tidak cukup hanya mengandalkan fakta yang dapat diamati secara langsung atau informasi yang terpisah-pisah. Dibutuhkan pemikiran yang kritis dan mendalam terhadap setiap informasi yang tersedia, serta upaya yang serius dalam menarik Kesimpulan yang dapat memperkuat keyakinan terhadap temuan tersebut (Irvan,2020).

Penulis telah menyusun kerangka penelitian untuk memudahkan penyusunan tugas akhir ini dan agar lebih dapat dipahami oleh pembaca. Kerangka kerja peneliti tersebut diilustrasikan dalam gambar di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Peneliti, 2025

Kerangka berpikir penelitian ini berfokus pada implementasi komunikasi krisis dalam manajemen kepegawaian dengan menggunakan Teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT) sebagai landasan analisis. Krisis yang diteliti merupakan krisis internal perusahaan berupa keterlambatan pembayaran gaji yang berpotensi menimbulkan krisis hubungan kerja. Melalui penerapan komunikasi krisis yang tepat, penelitian ini menganalisis dampaknya terhadap stabilitas dan efektivitas kepegawaian, khususnya dalam menjaga hubungan kerja dan kinerja karyawan.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam proses implementasi komunikasi krisis dalam bidang kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan, khususnya dalam menghadapi krisis internal seperti keterlambatan gaji dan konflik antarpegawai.

Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna, pengalaman, serta perspektif informan terhadap fenomena yang terjadi di lingkungan organisasi. Melalui pendekatan ini, peneliti tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses, dinamika komunikasi, serta faktor-faktor yang berperan dalam terlaksananya komunikasi krisis.

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai bagaimana komunikasi krisis diterapkan oleh bagian kepegawaian dalam mengelola permasalahan internal. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk mendeskripsikan fenomena berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menjelaskan bentuk komunikasi krisis yang dilakukan, strategi yang digunakan, serta faktor-faktor yang berperan dalam kelancaran implementasi komunikasi krisis pada bidang kepegawaian.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 1 bulan dimulai pada tanggal 22 Juli 2025 – 20 Agustus 2025.

2. Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Kantor Pusat Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan yang berlokasi di Jl. Razak Baru No.1 Pasar Petisah lantai III, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatra Utara 20111.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber utama penelitian yang memuat data penelitian. Sumber penelitian adalah pihak-pihak yang bertanggung jawab, memahami sepenuhnya, dan menguasai konteks penelitian. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu Bidang Kepegawaian Perusahaan Umum Pasar Kota Medan. Sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu Kantor Pusat Perusahaan Umum Pasar Kota Medan yang menjadi tempat penelitian penulis.

3.4 Informan Penelitian

Penelitian ini membutuhkan sumber informasi yang kuat, yang memiliki pemahaman mendalam tentang topik yang akan diteliti, yaitu:

- a. Kepala Bagian Kepegawaian PUD Pasar Kota Medan.
- b. Kepala Sub-Bagian Kepegawaian PUD Pasar Kota Medan.
- c. Staff Bagian Kepegawaian PUD Pasar Kota Medan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam sesuai dengan focus penelitian. Menurut Sugiyono (2013), teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara alamiah dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai implementasi komunikasi krisis dalam bidang manajemen kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan.

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung di lingkungan kerja Bagian Kepegawaian PUD Pasar Kota Medan. Peneliti mengamati pola komunikasi antara pimpinan dan pegawai, proses penyampaian informasi, serta bentuk koordinasi antarbagian ketika menghadapi permasalahan internal.

Melalui observasi, peneliti dapat melihat secara nyata bagaimana komunikasi krisis diterapkan dalam situasi kerja sehari-hari, termasuk cara manajemen merespons keresahan pegawai akibat keterlambatan gaji maupun konflik internal.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki pedoman pertanyaan namun tetap fleksibel dalam menggali informasi lebih lanjut.

Fokus wawancara meliputi:

- Identifikasi bentuk krisis internal yang terjadi
- Proses dan tahapan komunikasi krisis
- Strategi komunikasi yang digunakan (rapat, pemberitahuan resmi, koordinasi)
- Peran kepemimpinan dalam mengendalikan situasi
- Faktor-faktor yang berperan dalam terlaksananya komunikasi krisis

Wawancara dilakukan secara tatap muka untuk memperoleh informasi yang mendalam serta membangun kepercayaan dengan informan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi. Dokumen yang dikumpulkan meliputi:

- Struktur organisasi
- Dokumen kebijakan kepegawaian
- Surat pemberitahuan resmi
- Dokumentasi kegiatan rapat atau koordinasi

Dokumentasi digunakan untuk memastikan kesesuaian antara pernyataan informan dengan bukti administratif yang ada.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menentukan teknik analisis data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan selama proses pengumpulan data.

Pada saat wawancara, penulis telah melakukan analisis terhadap jawaban yang telah disampaikan oleh responden. Apabila saat melakukan penelitian melalui

wawancara, peneliti mengalami ketidakpuasan atau tidak mendapatkan informasi yang diharapkan. Selanjutnya, para peneliti terus mengajukan pertanyaan hingga mencapai tingkat kepercayaan yang dianggap kredibel. Dalam (Sugiyono, 2012) Miles & Huberman mengemukakan bahwa ada 4 teknik analisis data dapat dilakukan dengan cara berikut:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dirangkum dan diseleksi berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian. Informasi yang tidak berkaitan dengan implementasi komunikasi krisis disisihkan, sementara data penting dikelompokkan sesuai tema penelitian.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis. Penyajian data dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam memahami pola komunikasi krisis serta hubungan antar faktor yang ditemukan.

3. Penarikan/Kesimpulan

Kesimpulan ditarik berdasarkan pola, hubungan, dan temuan yang konsisten dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan berfokus pada bagaimana implementasi komunikasi krisis dilakukan serta faktor-faktor yang berperan dalam kelancaran.

3.7 Keabsahan Data

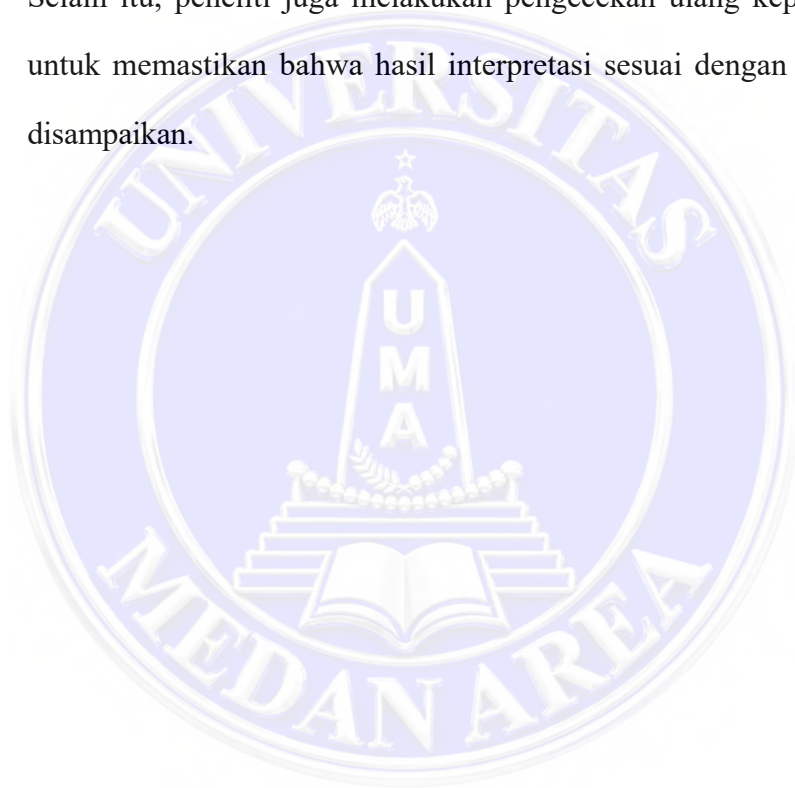
Penelitian ini menerapkan analisis keabsahan data melalui pendekatan triangulasi. Triangulasi ini merupakan suatu metode pemeriksaan atau pengujian data yang digunakan untuk tujuan memverifikasi dan membandingkan data.

Untuk menjamin kredibilitas dan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil wawancara antar informan
2. Mencocokkan hasil wawancara dengan observasi
3. Memverifikasi data melalui dokumen pendukung

Melalui triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan ulang kepada informan untuk memastikan bahwa hasil interpretasi sesuai dengan maksud yang disampaikan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Implementasi Komunikasi Krisis pada Bidang Kepegawaian di Perusahaan Umum Daerah (PUD) Pasar Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi krisis di lingkungan perusahaan telah dijalankan secara efektif, terbuka, dan terkoordinasi dengan baik antabidang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi krisis memiliki peranan penting dalam menjaga stabilitas organisasi, memperkuat kepercayaan pegawai, serta memastikan kelancaran pelaksanaan tugas ditengah situasi yang berpotensi menimbulkan ketidakpastian.

Secara umum, implementasi komunikasi krisis pada Bidang Kepegawaian dilakukan melalui mekanisme penyampaian informasi yang cepat dan transparan kepada seluruh pegawai. Ketika terjadi krisis seperti keterlambatan gaji atau permasalahan administrative lainnya, Bagian Kepegawaian segera melakukan rapat koordinasi untuk menentukan langkah tindak lanjut. Informasi hasil rapat kemudian disampaikan kepada pegawai melalui media komunikasi internal seperti surat edaran, grup WhatsApp kantor, maupun pemberitahuan langsung oleh atasan. Proses ini mencerminkan bahwa PUD Pasar Kota Medan telah menerapkan prinsip keterbukaan informasi dan tanggung jawab organisasi secara konsisten.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi krisis tidak hanya terlepas dari peran pimpinan yang berfungsi sebagai pengarah dan pengambil keputusan utama. Pimpinan memiliki pengaruh besar dalam menentukan strategi komunikasi, memberikan arahan, serta menjaga moral pegawai ditengah situasi krisis. Sikap tanggap, tegas, dan terbuka dari pimpinan

membantu menciptakan suasana kerja yang kondusif, sehingga setiap permasalahan dapat diselesaikan tanpa menimbulkan keresahan di lingkungan kerja.

Dari sisi koordinasi lintas bidang, penelitian ini menemukan bahwa hubungan kerja antara Bidang Kepegawaian dan Bidang Hukum/Humasy berjalan secara harmonis dan saling mendukung. Bidang Hukum/Humasy berperan dalam memastikan kejelasan isi pesan yang akan disampaikan serta menjaga kesesuaian antara kebijakan hukum Perusahaan dan praktik komunikasi di lapangan. Sinergi antarbidang ini membuktikan bahwa PUD Pasar Kota Medan memiliki struktur komunikasi yang efektif, di mana setiap bagian memahami fungsi dan tanggung jawabnya dalam menjaga kelancaran arus informasi selama krisis.

Dalam pelaksanaannya, komunikasi krisis di PUD Pasar Kota Medan juga didukung oleh faktor-faktor seperti kedisiplinan pegawai, kepemimpinan yang terbuka, serta penggunaan media komunikasi digital yang mempercepat penyampaian informasi. Faktor-faktor ini memperkuat efektivitas komunikasi internal dan meminimalkan potensi kesalahpahaman antarpegawai. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala yang masih perlu diperhatikan, seperti keterlambatan penyampaian informasi ke unit tertentu dan perbedaan tingkat pemahaman pegawai terhadap kebijakan Perusahaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Implementasi Komunikasi Krisis di Bidang Kepegawaian PUD Pasar Kota Medan telah berlangsung dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi organisasi yang efektif. Proses komunikasi dijalankan dengan memperhatikan kecepatan, ketepatan, dan keterbukaan informasi, disertai koordinasi yang kuat antara pimpinan, kepegawaian, dan bidang lain. Dengan demikian, komunikasi krisis yang

diterapkan telah berhasil menjadi alat manajerial penting dalam menjaga stabilitas, kepercayaan, dan citra positif organisasi.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan baik bagi PUD Pasar Kota Medan maupun bagi peneliti selanjutnya.

Pertama, PUD Pasar Kota Medan perlu memperkuat sistem komunikasi internal khusus untuk menangani krisis. Hal ini dapat dilakukan dengan membentuk *Crisis Communication Team* yang memiliki prosedur tetap (SOP) dalam menangani berbagai bentuk krisis, khususnya di bidang kepegawaian. Tim ini berfungsi sebagai garda terdepan dalam menyampaikan informasi, menampung aspirasi pegawai, serta mengkoordinasikan Langkah-langkah penanganan krisis. Dengan adanya tim khusus ini, penanganan krisis dapat dilakukan secara sistematis dan terstruktur.

Kedua, diperlukan konsistensi dalam transparansi informasi, terutama dalam hal-hal yang berkaitan dengan hak pegawai, serta pembayaran gaji, tunjangan, maupun kebijakan kepegawaian lainnya. Transparansi bukan hanya untuk menciptakan rasa percaya di kalangan pegawai, tetapi juga untuk mencegah berkembangnya rumor atau informasi yang tidak benar. Oleh karena itu, setiap perubahan atau keterlambatan yang terjadi sebaiknya segera dikomunikasikan secara terbuka kepada seluruh pegawai.

Ketiga, PUD Pasar Kota Medan disarankan untuk meningkatkan kapasitas pegawai melalui pelatihan di bidang komunikasi organisasi dan manajemen krisis. Pelatihan ini tidak hanya ditujukan kepada pimpinan, tetapi juga kepada staf, agar seluruh unsur organisasi memiliki pemahaman yang sama tentang prosedur

penanganan krisis. Dengan begitu, komunikasi krisis tidak hanya berjalan dari atas ke bawah, tetapi juga dapat direspons dengan baik oleh seluruh pegawai.

Keempat, perlu adanya mekanisme evaluasi berkala terhadap pelaksanaan komunikasi krisis. Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dalam proses komunikasi selama krisis, sehingga organisasi dapat melakukan perbaikan berkelanjutan. Evaluasi dapat dilakukan dalam bentuk rapat rutin dan juga survei kepuasan pegawai.

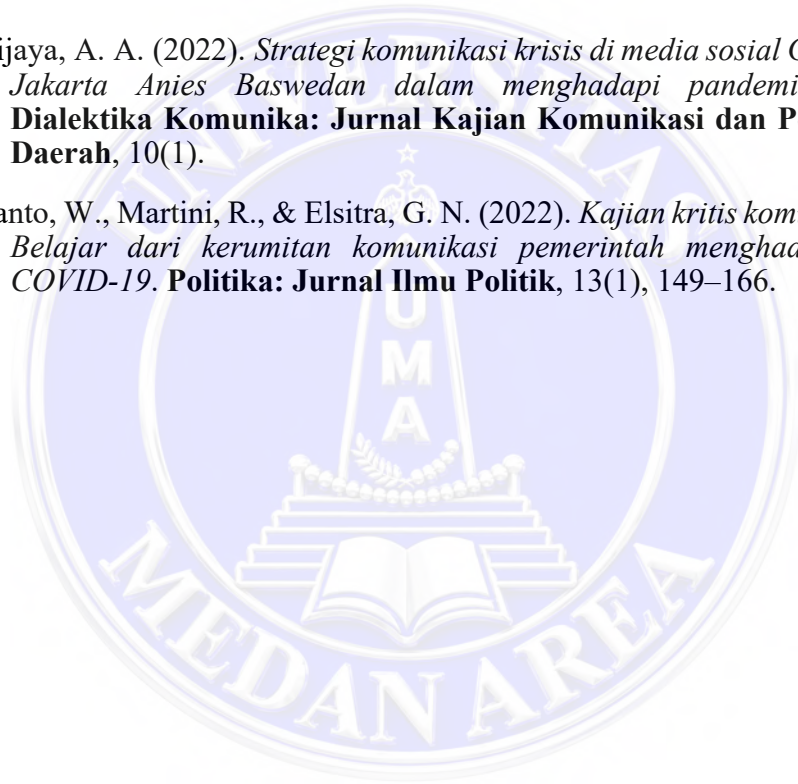
Kelima, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan awal bagi kajian selanjutnya mengenai implementasi komunikasi krisis, khususnya di sektor publik. Penelitian mendatang dapat memperkaya perspektif dengan meninjau bidang atau instansi lain, maupun menggunakan pendekatan metodologis yang berbeda, sehingga hasilnya dapat semakin melengkapi dan memperluas pemahaman dalam ranah Ilmu Komunikasi.

Dengan adanya Kesimpulan dan Saran ini, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi PUD Pasar Kota Medan dalam memperkuat sistem komunikasi krisis internal, sekaligus memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian komunikasi krisis di bidang manajemen kepegawaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, D., & Pratiwi, A. S. (2019). *Media sosial dan komunikasi krisis. Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 35–52.
- Ananda, V. R. (2025). *Evaluasi strategi komunikasi krisis PERURI dalam kasus e-meterai tahun 2024 berdasarkan Situational Crisis Communication Theory. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi (Senakom)*, 2(1).
- Asri, I. (2022). *Strategi komunikasi organisasi dalam membangun semangat kerja pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI. Ikon: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 267–285.
- Auriga, H. S., & Harahap, H. (2024). *Manajemen komunikasi krisis PT Evos Esports Indonesia dalam menjaga citra perusahaan startup di era bubble burst. Journal of Syntax Literate*, 9(11).
- Azzahra, L., & Shasrini, T. (2024). *Strategi komunikasi krisis PT Perkebunan Nusantara V untuk publikasi negatif galian C tahun 2023. Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 6(2), 264–279.
- Faustyna, F. (2022). *Strategi komunikasi krisis public relations digital di TikTok pada Dinas Pariwisata Medan selama pandemi COVID-19: Analisis kasus pengelolaan konten inovatif. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(2).
- 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 melalui perspektif komunikasi Islam). IMPRESI: Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, dan Komunikasi*.
- Hermawan, D., & Barlian, U. C. (2004). *Komunikasi dalam organisasi. Jurnal Administrasi Pendidikan*, 2(1).
- Irwanti, M. (2023). *Manajemen krisis komunikasi (tinjauan teoritis dan praktis)*. Bandung: Widina Media Utama.
- Kristianti, I. E., Luqman, Y., & Rakhmad, W. N. (2022). *Krisis komunikasi di tingkat organisasi: Analisis pola komunikasi krisis AIESEC cabang Semarang pada masa pandemi COVID-19. Interaksi Online*, 10(3), 96–105.
- Kriyantono, R. (2015). *Public relations, issue & crisis management: Pendekatan critical public relation, etnografi kritis & kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Laksmi, A. (2020). *Strategi komunikasi Humas dalam penanggulangan situasi krisis untuk pemulihan citra Rumah Sakit Umum Daerah Wangaya. Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*.
- Najib, M. A. R. (2023). *Analisis strategi komunikasi krisis Badan Kepegawaian Negara Republik Indonesia dalam penanganan krisis Humas pada pemberitaan media online*. Disertasi Doktor, Universitas Hasanuddin, Makassar.

- Sari, F. F., Bakti, I., & Perbawasari, S. (2025). *Strategi komunikasi krisis PT Telkom dalam mempertahankan reputasi perusahaan akibat gangguan jaringan internet di Kabupaten Merauke*. **Sospol**, 11(2), 207–222.
- Sari, F. P., & Nugrahani, R. U. (2023). *Strategi tata kelola komunikasi krisis Humas Pemerintahan Kabupaten Kuningan Jawa Barat dalam menghadapi krisis*. **Channel: Jurnal Komunikasi**, 7(2).
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutawijaya, A. A. (2022). *Strategi komunikasi krisis di media sosial Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dalam menghadapi pandemi COVID-19*. **Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah**, 10(1).
- Wijayanto, W., Martini, R., & Elsitra, G. N. (2022). *Kajian kritis komunikasi krisis: Belajar dari kerumitan komunikasi pemerintah menghadapi pandemi COVID-19*. **Politika: Jurnal Ilmu Politik**, 13(1), 149–166.



LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara Di PUD Pasar Kota Medan

Untuk Staff Kepegawaian

1. **Bagaimana bapak/ibu mendefinisikan komunikasi krisis dalam konteks kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan?**

Tujuan pertanyaan: mengetahui pemahaman dasar tentang komunikasi krisis dari perspektif internal.

Data wawancara:

“Maksudnya misalnya ada informasi penting yang harus segera disampaikan ke seluruh pegawai agar tidak menimbulkan situasi darurat dan permasalahan di kalangan pegawai.”

Reduksi Data:

Komunikasi krisis di bidang kepegawaian dipahami sebagai penyampaian informasi penting secara cepat untuk mencegah kepanikan dan permasalahan internal.

Analisis:

Sejalan dengan teori komunikasi krisis Coombs (2007), komunikasi krisis berfungsi meminimalisir dampak negative melalui kecepatan dan kejelasan informasi. Dalam konteks kepegawaian, informasi yang transparan mampu menjaga dan permasalahan organisasi.

2. **Bisakah bapak/ibu menjelaskan bentuk-bentuk krisis yang paling sering terjadi di bidang kepegawaian PUD Pasar Kota Medan?**

Tujuan pertanyaan: mengidentifikasi jenis krisis aktual yang dihadapi.

Data Wawancara:

“Biasanya masalah keterlambatan gaji karena ada gangguan dari pihak bank. Bagian kepegawaian segera menginformasikan agar pwwgawai tidak bertanya-tanya dan menghindari keributan.”

Reduksi Data:

Krisis yang paling sering terjadi adalah keterlambatan pembayaran gaji akibat hambatan teknis (Bank).

Analisis:

Keterlambatan gaji termasuk krisis sensitif karena menyangkut hak pegawai. Penanganan yang tepat diperlukan agar tidak mempengaruhi kinerja maupun kepercayaan pegawai terhadap manajemen.

3. Bagaimana mekanisme atau langkah awal yang dilakukan ketika terjadi krisis seperti keterlambatan pembayaran gaji/lainnya?

Tujuan pertanyaan: mengetahui strategi respons awal dan sistem kerja saat krisis muncul

Data wawancara:

“Langkah awal yang dilakukan misalnya menginformasikan di grup WA agar informasi cepat tersampaikan.”

Reduksi Data:

Langkah pertama adalah menyampaikan informasi melalui grup WhatsApp pegawai.

Analisis:

Pemanfaatan media digital sederhana seperti WhatsApp menunjukkan strategi komunikasi berbasis kecepatan. Hal ini efektif pada kondisi darurat karena informasi dapat tersampaikan langsung kepada pegawai.

4. Apakah ada tim khusus atau protokol yang menangani komunikasi dalam situasi krisis? jika ada, bagaimana fungsinya?

Tujuan pertanyaan: menggali struktur manajemen krisis dan fungsi koordinatifnya.

Data Wawancara:

“Tim yang menangani situasi krisis seperti ini misalnya dalam hal keterlambatan gaji adalah dari bagian penggajian. Di penggajian SDM penggajian.

Reduksi Data:

Penanganan krisis dilakukan oleh bagian penggajian di bawah SDM.

Analisis:

Belum ada tim khusus komunikasi krisis. Mekanisme masih melekat pada fungsi bagian terkait. Hal ini membuat koordinasi terfokus tetapi berpotensi terbatas jika krisis lebih besar.

5. Menurut bapak/ibu, faktor apa saja yang mendukung keberhasilan implementasi komunikasi krisis di bidang kepegawaian?

Tujuan pertanyaan: menemukan faktor internal/eksternal yang berperan positif dalam menangani krisis.

Data Wawancara:

“Menurut saya faktor yang mendukung keberhasilan implementasi komunikasi krisis di bidang kepegawaian adalah transparan dan kejujuran.”

Reduksi Data:

Transparansi dan kejujuran menjadi faktor pendukung utama.

Analisis:

Keterbukaan informasi merupakan kunci keberhasilan komunikasi krisis. Transparansi menumbuhkan kepercayaan pegawai dan mencegah spekulasi negatif.

6. Apa saja kendala utama dalam menyampaikan informasi secara efektif kepada seluruh pegawai saat terjadi krisis?

Tujuan pertanyaan: menemukan hambatan komunikasi krisis.

Data Wawancara:

“Kendala utama dalam menyampaikan informasi biasanya kurangnya koordinasi dari setiap bagian dan respon yang terbatas dari pegawai.”

Reduksi Data:

Kendala utama kurangnya koordinasi antarbagian dan respon pegawai yang terbatas.

Analisis:

Hambatan komunikasi internal dapat memperlambat penyebaran informasi. Selain itu, rendahnya partisipasi pegawai memperlihatkan perlunya perbaikan mekanisme komunikasi dua arah.

7. Sejauh manakah keterlibatan pimpinan dalam proses komunikasi saat krisis berlangsung?

Tujuan pertanyaan: menggali peran kepemimpinan dalam penanganan krisis.

Data Wawancara:

“Pimpinan cukup terlibat saat krisis berlangsung dengan menginformasikan di grup WA dan menginformasikan ke bagian-bagian yang lainnya.

Reduksi Data:

Pimpinan terlibat aktif dalam penyebaran informasi saat krisis.

Analisis:

Keterlibatan pimpinan memperkuat legitimasi pesan dan meningkatkan kepercayaan pegawai. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi organisasi yang menekankan pentingnya peran pimpinan dalam situasi krisis.

8. Bagaimana respon atau tanggapan pegawai terhadap komunikasi yang diberikan selama krisis terjadi?

Tujuan pertanyaan: mengukur efektivitas komunikasi krisis dari sisi penerima pesan.

Data Wawancara:

“Beberapa pegawai ada yang merespons dengan baik, tapi ada juga yang merespons kurang baik.”

Reduksi Data:

Respon pegawai beragam, ada yang positif dan ada yang negative.

Analisis:

Variasi respon dipengaruhi oleh perbedaan persepsi dan tingkat kepercayaan pegawai. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan komunikasi yang lebih persuasive dan inklusif.

9. Apakah ada evaluasi atau refleksi yang dilakukan setelah krisis mereda untuk mencegah krisis serupa terulang kembali?

Tujuan pertanyaan: mengetahui penerapan komunikasi pasca-krisis.

Data Wawancara:

“Evaluasi yang dilakukan setelah krisis mereda biasanya berkomunikasi dengan pihak atau bagian yang terkait.”

Reduksi Data:

Evaluasi dilakukan dengan koordinasi antarbagian terkait.

Analisis:

Evaluasi merupakan bagian dari siklus komunikasi krisis (*planning-response-evaluation*). Langkah ini penting untuk mengidentifikasi kelemahan agar krisis serupa dapat dicegah.

10. Menurut bapak/ibu apa yang perlu ditingkatkan dalam implementasi komunikasi krisis di PUD Pasar Kota Medan agar lebih efektif kedepannya?

Tujuan pertanyaan: mendapatkan saran atau rekomendasi perbaikan dari informan.

Data Wawancara:

“Menurut saya yang perlu ditingkatkan adlah respon pegawai dalam menerima informasi.”

Reduksi Data:

Respon pegawai terhadap informasi perlu ditingkatkan.

Analisis:

Kualitas komunikasi krisis tidak hanya ditentukan oleh penyampaian pesan, tetapi juga penerimaan oleh audiens. Diperlukan upaya peningkatan kesadaran pegawai agar lebih responsif terhadap informasi krisis.

Daftar Pertanyaan Wawancara Di PUD Pasar Kota Medan

Untuk Kepala Sub-bagian

1. Bagaimana alur komunikasi antara sub-bagian dengan atasan saat terjadi krisis internal, khususnya yang berdampak pada pegawai?

Tujuan pertanyaan: untuk memahami struktur komunikasi vertikal di saat terjadi krisis.

Data Wawancara:

“Ketika terjadi krisis internal yang berdampak pada pegawai, maka subbagian akan berkomunikasi dengan Kepala Bagian untuk mengambil langkah-langkah, mencari informasi penyebab krisis, lalu diteruskan ke Direksi untuk arahan lebih lanjut.”

Reduksi Data:

Alur komunikasi krisis dilakukan berjenjang: Subbagian → Kepala Bagian → Direksi.

Analisis:

Alur komunikasi berjenjang ini menunjukkan mekanisme formal organisasi dalam menangani krisis. Sesuai Teori Komunikasi Organisasi, struktur hierarki penting agar informasi tetap terkendali dan tidak menimbulkan salah persepsi.

2. Seperti apa tindakan awal yang biasanya anda ambil ketika mengetahui krisis mulai berkembang di lingkungan kerja?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui inisiatif awal dalam mitigasi krisis.

Data Wawancara:

“Tindakan awal adalah mengumpulkan informasi valid mengenai permasalahan, baik terkait pegawai maupun gaji. Setelah informasi jelas, baru ditentukan langkah selanjutnya.”

Reduksi Data:

Langkah awal yang diambil yaitu mengumpulkan informasi valid sebelum menentukan tindakan selanjutnya.

Analisis:

Tindakan ini menunjukkan pendekatan mitigasi krisis yang sistematis, menekankan pentingnya kejelasan data agar Keputusan yang diambil tepat dan tidak reaktif.

3. Bagaimana anda menyampaikan informasi sensitif (Seperti keterlambatan gaji) kepada pegawai?

Tujuan pertanyaan: Untuk menggali cara penyampaian pesan kritis yang beresiko tinggi.

Data Wawancara:

“Kami menyampaikan melalui grup WhatsApp. Dijelaskan bahwa keterlambatan gaji biasanya disebabkan jaringan eror di bank, bukan dari pihak PUD Pasar.”

Reduksi Data:

Informasi disampaikan melalui WhatsApp dengan penjelasan penyebab keterlambatan gaji.

Analisis:

Penggunaan media digital sederhana mempercepat penyebaran Informasi. Transparansi alasan teknis membantu meredam keresahan pegawai.

4. Apakah terdapat perbedaan pendekatan komunikasi untuk pegawai tetap dan pegawai kontrak saat krisis sedang berlangsung?

Tujuan pertanyaan: untuk memahami apakah pendekatan komunikasi disesuaikan dengan status pegawai.

Data Wawancara:

“Tidak ada perbedaan. Baik pegawai tetap maupun kontrak diperlakukan sama dalam penanganan krisis.

Reduksi Data:

Tidak ada perbedaan pendekatan komunikasi bagi pegawai tetap maupun honor.

Analisis:

Kesetaraan dalam penyampaian informasi menunjukkan keadilan organisasi. Hal ini dapat menjaga keterikatan sosial di antara pegawai.

5. Apa bentuk dukungan yang anda butuhkan dari pimpinan saat menghadapi krisis di tingkat operasional?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui ekspektasi terhadap atasan dalam penanganan krisis.

Data Wawancara:

“Dukungan yang dibutuhkan adalah dukungan moral berupa arahan dan petunjuk dari pimpinan agar krisis tidak berlarut-larut”

Reduksi Data:

Dukungan moral dan arahan pimpinan menjadi kunci penanganan krisis.

Analisis:

Keterlibatan pimpinan memberikan legitimasi dan kejelasan langkah. Hal ini sesuai teori *Leadership Communication* yang menekankan peran pimpinan sebagai penentu arah dalam krisis.

6. Bagaimana anda menangani keluhan atau ketidakpuasan pegawai agar tidak berkembang menjadi konflik?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui mekanisme resolusi krisis di tingkat sub-bagian.

Data Wawancara:

“Pertama, memanggil pegawai bersangkutan untuk mendengar keluhan. Setelah tahu permasalahan yang sebenarnya, baru dijelaskan dengan benar agar pegawai paham.”

Reduksi Data:

Keluhan pegawai ditangani melalui komunikasi langsung dan klarifikasi.

Analisis:

Pendekatan dialogis ini sesuai dengan prinsip komunikasi interpersonal dalam mengatasi konflik, yakni mendengar, memahami, lalu memberikan penjelasan yang tepat.

7. Apakah anda merasa pelatihan atau simulasi penanganan krisis pernah diberikan kepada sub-bagian? jika ya, seberapa efektif pelaksanaannya?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui kesiapan dan kapasitas SDM menghadapi krisis.

Data Wawancara:

“Selama ini pelatihan atau simulasi belum pernah diberikan, karena krisis besar belum pernah terjadi.”

Reduksi Data:

Belum ada pelatihan atau simulasi krisis yang dilakukan.

Analisis:

absennya pelatihan menunjukkan kelemahan dalam kesiapsiagaan organisasi. Padahal, simulasi krisis penting untuk meningkatkan kapasitas SDM menghadapi kemungkinan krisis di masa depan,

8. Seberapa sering sub-bagian berkoordinasi dengan bidang lain untuk mencegah krisis kepegawaian?

Tujuan pertanyaan: untuk menggali upaya preventif melalui kerja sama lintas bidang.

Data Wawancara:

“Subbagian sering berkoordinasi dengan bidang lain untuk menjaga agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Misalnya, saat inspeksi, bila ada masalah dilaporkan ke atasan dan dibuat laporan tertulis untuk dievaluasi.”

Reduksi Data:

Koordinasi rutin dilakukan, termasuk melalui inspeksi dan laporan tertulis.

Analisis:

Koordinasi lintas bidang memperkuat sistem deteksi dini terhadap potensi krisis. Evaluasi melalui laporan tertulis mendukung akuntabilitas komunikasi organisasi.

9. Apa bentuk evaluasi atau laporan yang anda buat setelah krisis terjadi?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui bentuk dokumentasi dan tindak lanjut pasca-krisis.

Data Wawancara:

“Strategi perbaikan antara lain menyampaikan informasi yang lengkap dan benar, mencegah informasi salah, memberikan informasi yang seimbang, bermusyawarah dengan Kepala Bagian dan Direksi, serta meminta pegawai yang bersalah untuk mengakui kesalahan.”

Reduksi Data:

Strategi perbaikan mencakup kejelasan informasi, pencegahan hoaks, keseimbangan pesan, musyawarah internal, dan penegasan tanggung jawab pegawai.

Analisis:

Strategi ini sesuai dengan prinsip manajemen krisis: transparansi, konsistensi, koordinasi, dan akuntabilitas. Upaya ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi krisis di masa depan.

10. Menurut anda, bagaimana seharusnya strategi komunikasi krisis di perbaiki agar lebih efektif ke depan?

Tujuan pertanyaan: untuk menggali rekomendasi atau masukan terhadap perbaikan sistem komunikasi krisis.

Data Wawancara:

“Strategi komunikasi krisis ke depan sebaiknya lebih terkoordinasi antarbagian. Harus ada standar prosedur yang jelas, termasuk siapa

yang berhak memberikan informasi dan bagaimana alur penyampainnya. Selain itu, perlu juga pelatihan bagi pegawai agar mereka paham langkah-langkah komunikasi saat krisis terjadi.”

Reduksi Data:

Perlu peningkatan koordinasi antarbagian, penetapan prosedur komunikasi krisis yang jelas, dan pelatihan pegawai.

Analisis:

pernyataan ini menunjukkan perlunya perbaikan sistem komunikasi krisis melalui penegasan struktur koordinasi dan peningkatan kapasitas SDM. Dengan adanya SOP dan pelatihan, proses komunikasi saat krisis akan menjadi lebih cepat, terarah, dan minim kesalahan informasi.



Daftar Pertanyaan Wawancara Di PUD Pasar Kota Medan

Untuk Kepala Bagian

1. Bagaimana anda mendefinisikan komunikasi krisis dalam konteks kepegawaian di PUD Pasar Kota Medan?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui pemahaman konseptual kepala bagian tentang komunikasi krisis sebagai dasar implementasi.

Data Wawancara:

“Komunikasi krisis dalam konteks kepegawaian itu menurut saya adalah proses penyampaian informasi penting yang harus segera diberitahukan ke seluruh pegawai. Tujuannya supaya nggak timbul panik, salah paham, atau bahkan konflik. Jadi harus cepat, tepat, dan transparan biar situasi tetap terkendali.”

Reduksi Data:

Komunikasi krisis adalah penyampaian informasi mendesak kepada pegawai dengan prinsip cepat, tepat, dan transparan agar tidak timbul kepanikan atau kesalahpahaman.

Analisis:

Kabag memandang komunikasi krisis sebagai upaya strategis menjaga stabilitas organisasi. Prinsip cepat, tepat, dan transparan sejalan dengan Komunikasi Krisis Internal yang menekankan pentingnya keterbukaan informasi. Dari perspektif SCCT, ini termasuk *instructing information* karena pegawai diarahkan agar tidak salah paham saat krisis.

2. Dapatkah anda menjelaskan proses komunikasi yang dilakukan saat terjadi krisis, seperti keterlambatan gaji?

Tujuan pertanyaan: untuk menggali prosedur dan alur komunikasi yang diterapkan dalam situasi krisis kepegawaian.

Data Wawancara:

“Kalau misalnya ada keterlambatan gaji, pertama kita pastikan dulu apa penyebabnya. Biasanya ada masalah di bank atau sistem. Setelah itu saya koordinasi dengan keuangan, lalu saya sampaikan ke direksi. Kalau sudah ada arahan, barulah info itu saya teruskan ke pegawai lewat grup WA atau melalui staf.”

Reduksi Data:

Proses komunikasi krisis diawali dengan verifikasi penyebab masalah, dilanjutkan koordinasi dengan bagian terkait dan pimpinan, lalu informasi resmi disampaikan ke pegawai.

Analisis:

Proses ini menunjukkan adanya pola komunikasi hierarkis (*top-down*) yang terstruktur. Informasi harus diverifikasi sebelum disampaikan agar tidak salah. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi organisasi yang menekankan koordinasi lintas bagian. Dari sisi SCCT, langkah ini masuk kategori *adjusting information*, yaitu memberikan penjelasan tentang penyebab krisis.

3. Apa saja kebijakan atau prosedur standar yang diterapkan oleh bagian kepegawaian dalam menghadapi situasi krisis?

Tujuan pertanyaan: untuk mendefinisikan pedoman formal yang digunakan dalam menangani krisis.

Data Wawancara:

“Kalau SOP tertulis yang detail memang belum ada. Tapi kita punya alur kerja yang jelas: kumpulkan informasi, koordinasi dengan pimpinan, lalu sampaikan ke pegawai. Jadi meski nggak tertulis, prosedurnya tetap jalan.”

Reduksi Data:

Tidak ada SOP tertulis, tetapi terdapat alur prosedural berupa pengumpulan informasi, koordinasi pimpinan, lalu penyampaian informasi ke pegawai.

Analisis:

Hal ini menunjukkan bahwa prosedur komunikasi krisis di PUD Pasar bersifat praktik lapangan dan berdasarkan pengalaman, bukan dokumen formal. Menurut teori komunikasi organisasi, meski tanpa SOP formal, pola yang konsisten bisa berfungsi sebagai standar kerja.

4. Sejauh mana koordinasi antara kepala bagian kepegawaian dengan jajaran manajemen lain saat menghadapi krisis internal?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui tingkat keterlibatan dan kolaborasi antar unit saat krisis terjadi.

Data Wawancara:

“Koordinasi itu pasti ada, soalnya saya nggak bisa kerja sendiri. Kalau ada masalah kepegawaian, biasanya saya komunikasi sama keuangan, hukum, dan tentu direksi. Jadi nggak bisa hanya satu bagian aja yang jalan.”

Reduksi Data:

Koordinasi lintas bagian dilakukan secara intensif dengan keuangan, hukum, dan direksi saat krisis terjadi.

Analisis:

Pernyataan ini menegaskan adanya kolaborasi antar unit organisasi. Menurut teori komunikasi organisasi, koordinasi antarbagian penting untuk mengurangi kesenjangan informasi. Hal ini juga memperkuat legitimasi kebijakan komunikasi yang ditempuh.

5. Menurut anda, bagaimana peran komunikasi dalam menjaga kepercayaan pegawai selama situasi krisis berlangsung?

Tujuan pertanyaan: untuk memahami pandangan kepala bagian tentang pentingnya komunikasi dalam menjaga hubungan kerja yang sehat.

Data Wawancara:

“Kalau komunikasi jalan dengan baik, pegawai jadi lebih tenang. Kalau kita diam aja atau nutup-nutupi, mereka bisa salah paham dan nggak percaya lagi ke perusahaan. Jadi jujur sama mereka itu penting banget.”

Reduksi Data:

Komunikasi berperan penting menjaga kepercayaan pegawai. Keterbukaan informasi mencegah salah paham dan meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan.

Analisis:

Kepercayaan pegawai sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang jujur. Menurut teori komunikasi krisis internal, keterbukaan dan konsistensi pesan memperkuat ikatan antara pegawai dan organisasi.

6. Apa strategi komunikasi utama yang biasa digunakan untuk meredam potensi konflik horizontal antarpegawai?

Tujuan pertanyaan: untuk mengungkapkan teknik atau metode komunikasi dalam mencegah konflik sesama pegawai.

Data Wawancara:

“Kalau ada isu yang bisa bikin pegawai saling salah paham, biasanya saya kumpulkan mereka atau kasih penjelasan lewat grup resmi. Jadi semua dapat informasi yang sama dan nggak ada cerita yang simpang siur.”

Reduksi Data:

Strateginya adalah meluruskan informasi dengan cara memberikan penjelasan langsung kepada pegawai agar tidak terjadi salah paham.

Analisis:

Hal ini menunjukkan penggunaan strategi klarifikasi informasi untuk meredam konflik horizontal. Dalam SCCT, ini termasuk *adjusting information* karena memberikan penjelasan tambahan yang menenangkan publik internal.

7. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menjaga konsistensi dan transparansi informasi kepada staf kepegawaian?

Tujuan pertanyaan: untuk mengevaluasi komitmen terhadap prinsip komunikasi terbuka dan transparan.

“Upayanya ya kasih info yang sama ke semua orang. Kalau saya dapat arahan dari direksi, itu saya sampaikan ke staf tanpa ada tambahan. Jadi mereka juga bisa teruskan ke pegawai lain tanpa bingung.”

Reduksi Data:

Upaya menjaga konsistensi dilakukan dengan menyampaikan informasi yang sama kepada semua staf secara utuh.

Analisis:

Upaya ini sesuai dengan prinsip *message consistency* dalam komunikasi krisis, yaitu menjaga agar pesan tetap sama di semua lini. Konsistensi informasi mencegah munculnya rumor atau tafsir berbeda.

8. Apa tantangan terbesar yang anda hadapi dalam mengelola krisis yang berkaitan dengan SDM?

Tujuan pertanyaan: untuk mengidentifikasi kendala utama dalam implementasi komunikasi krisis.

Data Wawancara:

“Tantangannya biasanya soal koordinasi dan respon pegawai. Kadang info sudah kita kasih, tapi masih ada yang salah paham atau nyebarkan kabar lain. Itu yang bikin situasi jadi makin ribet.”

Reduksi Data:

Tantangan utama adalah koordinasi dan respon pegawai yang tidak selalu sesuai dengan pesan yang sudah disampaikan.

Analisis:

Hambatan komunikasi muncul karena faktor perilaku pegawai. Menurut teori komunikasi organisasi, penerima pesan memiliki interpretasi masing-masing. Oleh karena itu, strategi komunikasi krisis perlu dilengkapi dengan tindak lanjut untuk memastikan pesan dipahami.

9. Apakah evaluasi pasca-krisis rutin di lakukan? jika ya, dapatkan anda jelaskan bentuk dan hasil evaluasinya?

Tujuan pertanyaan: untuk mengetahui apakah terdapat sistem evaluasi dan perbaikan setelah krisis.

Data Wawancara:

“Biasanya setelah krisis selesai, kita evaluasi bareng sama bagian terkait. Kita bahas apa penyebabnya, cara kita sampaikan info, dan apa yang bisa diperbaiki. Kadang kita bikin catatan khusus untuk jadi pembelajaran.”

Reduksi Data:

Evaluasi pasca-krisis dilakukan bersama bagian terkait untuk mengetahui penyebab, cara komunikasi, dan langkah perbaikan agar krisis tidak terulang.

Analisis:

Evaluasi merupakan bentuk refleksi organisasi. Menurut teori komunikasi krisis internal, evaluasi penting untuk mengembangkan pola komunikasi yang lebih baik di masa depan.

10. Menurut anda, sejauh mana komunikasi krisis berkontribusi terhadap stabilitas dan efektivitas kerja bidang kepegawaian?

Tujuan pertanyaan: untuk mengukur dampak nyata dari komunikasi krisis terhadap kinerja organisasi.

Data Wawancara:

“Pengaruhnya besar sekali. Kalau komunikasinya lancar, pegawai bisa tetap kerja dengan tenang. Tapi kalau komunikasi kacau, suasana kerja jadi nggak kondusif.”

Reduksi Data:

Komunikasi krisis berkontribusi besar terhadap stabilitas dan efektivitas kerja. Jika komunikasi baik, pegawai tetap fokus. Jika buruk, suasana kerja terganggu.

Analisis:

Komunikasi krisis berperan sebagai penentu stabilitas organisasi. Menurut SCCT, komunikasi yang baik dapat menjaga reputasi dan legitimasi organisasi. Sedangkan dalam komunikasi organisasi, hal ini memperkuat efektivitas kerja karena pegawai tidak kehilangan arah.

Daftar Pertanyaan Wawancara Di PUD Pasar Kota Medan

Triangulator (bidang Humasy/Hukum)

1. **Apakah Anda mengetahui adanya kasus keterlambatan pembayaran gaji pegawai di PUD Pasar Kota Medan? Bagaimana informasi tersebut biasanya disampaikan?**

Tujuan: Untuk memverifikasi keberadaan krisis kepegawaian dan mengetahui pola penyampaiannya dari sudut pandang staf bidang lain.

“Ya, saya tahu soal itu. Waktu itu memang sempat ada keterlambatan gaji, tapi bagian kepegawaian langsung kasih tahu lewat surat resmi dan juga diinfokan di grup WhatsApp kantor. Jadi kami cepat tahu dan nggak sampai menimbulkan isu aneh-aneh. Biasanya juga dijelaskan langsung saat rapat supaya semua paham.”

2. **Dari pengamatan Anda, bagaimana cara bagian kepegawaian mengkomunikasikan permasalahan krisis kepada pegawai?**

Tujuan: Untuk mengetahui strategi komunikasi krisis yang terlihat di luar bidang kepegawaian.

“Kalau saya lihat, mereka cukup terbuka dan cepat tanggap. Biasanya dikomunikasikan lewat rapat dulu baru disebar ke grup supaya infonya sama. Pesannya juga menenangkan, kayak dikasih tahu penyebabnya apa dan kira-kira kapan selesai. Jadi pegawai nggak panik atau salah paham.”

3. **Apakah informasi yang diberikan oleh bagian kepegawaian saat krisis menurut Anda sudah jelas, transparan, dan mudah dipahami?**

Tujuan: Untuk menguji konsistensi data tentang keterbukaan informasi dalam komunikasi krisis.

“Menurut saya sih udah cukup jelas dan terbuka ya. Mereka nggak nutup-nutupi masalah, malah langsung jelasin kondisi sebenarnya. Jadi pegawai tahu situasinya kayak apa dan apa yang sedang diusahakan manajemen. Bahasanya juga nggak kaku, gampang dimengerti.”

4. Bagaimana tanggapan pegawai di bidang Anda terhadap komunikasi yang dilakukan ketika terjadi krisis?

***Tujuan:** Untuk mengetahui persepsi dan dampak komunikasi krisis lintas bidang.*

“Pegawai di bidang kami responnya cukup baik. Memang awalnya ada yang khawatir, tapi setelah dijelaskan, mereka bisa ngerti dan tenang. Komunikasi dari kepegawaian cukup membantu ngademkan suasana biar nggak muncul gosip yang bikin resah.”

5. Apakah komunikasi krisis yang dilakukan bagian kepegawaian sudah membantu menjaga kepercayaan pegawai dan stabilitas kerja?

***Tujuan:** Untuk menilai efektivitas implementasi komunikasi krisis dari perspektif pihak luar kepegawaian.*

“Iya, jelas berpengaruh. Cara mereka menyampaikan informasi bikin pegawai tetap percaya sama manajemen. Walaupun ada masalah, tapi karena dijelasin dengan terbuka dan sopan, pegawai tetap semangat kerja dan nggak sampai menurun motivasinya.”

6. Apakah Anda pernah dilibatkan secara langsung atau tidak langsung dalam penanganan komunikasi krisis? Jika ya, bagaimana pengalaman Anda?

***Tujuan:** Untuk menggali keterlibatan staf bidang lain dan menguji sejauh mana koordinasi antarbidang dilakukan.*

“Pernah sih, tapi nggak langsung di lapangan. Biasanya kami dari bidang humasy bantu buat surat edaran atau klarifikasi resmi. Jadi kami pastikan bahasanya sesuai aturan dan nggak menimbulkan salah tafsir. Lumayan juga tanggung jawabnya, tapi seru karena kerja sama antarbidang terasa solid.”

7. Menurut Anda, apa faktor utama yang mendukung komunikasi krisis berjalan baik di PUD Pasar Kota Medan?

***Tujuan:** Untuk mengidentifikasi faktor pendukung komunikasi krisis menurut triangulator.*

“Kalau saya lihat, faktor utamanya itu karena pimpinan cepat tanggap dan komunikasi antarbagian juga kompak. Kepegawaian terbuka, humasy bantu dari sisi informasi, dan pimpinan juga langsung turun tangan kalau ada masalah. Jadi semua jalan seirama.”

8. Menurut Anda, apa hambatan yang sering muncul ketika informasi krisis disampaikan kepada pegawai?

***Tujuan:** Untuk mengetahui kendala komunikasi krisis dari perspektif pihak luar kepegawaian.*

“Kadang yang jadi kendala itu info nggak langsung sampai ke semua pegawai di waktu yang sama. Jadi ada yang telat tahu dan akhirnya salah tangkap. Tapi sekarang udah lebih baik, karena info disebar lewat satu jalur resmi, jadi nggak simpang siur lagi.”

9. Apakah Anda menilai pimpinan responsif dalam memberikan penjelasan dan arahan saat krisis terjadi?

***Tujuan:** Untuk menilai peran kepemimpinan dalam komunikasi krisis berdasarkan pengamatan triangulator.*

“Iya, pimpinan di sini cukup responsif. Begitu ada masalah, langsung dikumpulkan semua kepala bagian buat rapat singkat. Habis itu baru disampaikan ke pegawai lewat surat atau grup. Jadi nggak nunggu lama-lama, cepat direspons.”

10. Menurut Anda, apa yang sebaiknya ditingkatkan oleh PUD Pasar Kota Medan agar komunikasi krisis di masa mendatang lebih efektif?

Tujuan: Untuk memperoleh saran dan rekomendasi dari triangulator guna melengkapi hasil penelitian.

“Mungkin ke depan bisa dibuat SOP khusus soal komunikasi krisis, biar semua bidang tahu harus ngelakuin apa kalau ada situasi kayak gitu. Terus bisa juga diadakan pelatihan kecil buat pegawai tentang cara menyampaikan informasi yang benar, biar makin efektif.”

DOKUMENTASI



*Lampiran Gambar setelah wawancara dengan Kabag Kepegawaian di PUD Pasar
Kota Medan- Kamis, 14 Agustus 2025*



*Lampiran Gambar setelah wawancara dengan Kasubbag Kepegawaian di PUD
Pasar Kota Medan- Jumat, 22 Agustus 2025*



*Lampiran Gambar wawancara dengan Staff Kepegawaian di PUD Pasar Kota
Medan- Selasa, 19 Agustus 2025*



*Lampiran gambar Kegiatan Staff Kepegawaian dengan pegawai pasar - senin,4
Agustus 2025*



Lampiran gambar Kegiatan Pegawai Pasar melaporkan berbagai hal ke Kasubbag Kepegawaian – Senin, 11 Agustus 2025



Lampiran gambar kegiatan pegawai pasar melaporkan berbagai hal ke Kabag Kepegawaian – Rabu, 13 Agustus 2025

Surat Pernyataan dan Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam 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 : 1774/FIS.3/01.10/VI/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 30 Juni 2025

Kepada Yth.

BRIDA (Badan Riset dan Inovasi Daerah)

Jl. Jendral Besar A.H. Nasution No.32, Pangkalan Mansyur, Kec. Medan Johor, Kota Medan,
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 : Saqina Fidelia
NIM : 218530040
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada *Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan* untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Implementasi Komunikasi Krisis Dalam Bidang Kepegawaian di Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan : Studi Kasus Kantor Pusat."

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.

a.n Dekan,
Wakil Bidang Panjaminan Mutu Akademik


Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom

Tembusan:

1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip





PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH

Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32 Medan Kode Pos 20143

Telepon (061) 7873439 Faksimile (061) 7873314

Laman <https://brida.medan.go.id>, Pos-el brida@medan.go.id

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor : 000.9/2884

- DASAR** :
1. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor : 8 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Medan.
 2. Peraturan Walikota Medan Nomor : 97 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan.

- MENIMBANG** :
- Surat dari Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Nomor 1774/FIS.3/01.10/VI/2025 Tanggal 30 Juni 2025 Perihal Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset.

NAMA : Saqina Fidelia
NIM : 218530040
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : "Implementasi Komunikasi Krisis Dalam Bidang Kepegawaian Di Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan : Studi Kasus Kantor Pusat"
LOKASI : PD Pasar Kota Medan
LAMANYA : 1 (satu) Bulan
PENANGGUNG JAWAB : Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Melakukan Riset, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Riset terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Riset .
3. Tidak dibenarkan melakukan Riset atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah ditetapkan.
4. Hasil Riset diserahkan kepada Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah Riset dalam bentuk *softcopy* atau melalui Email (brida@medan.go.id).
5. Surat Keterangan Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat keterangan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat Keterangan Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan
Pada Tanggal : 07 Juli 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala Badan
Riset dan Inovasi Daerah,

Mansursyah, S, Sos, M. AP
Pembina Tk. I (I/b)
NIP 196805091989091001

Tembusan :

1. Wali Kota Medan.
2. Direktur Utama PUD Pasar Kota Medan .
3. Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.



- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan BSR-E
- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah."



PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
KOTA MEDAN
Jl. Razak Baru No. 1-A Pasar Petisah Lantai III Medan - 20212
@ pud.pasarkotamedan | pudpasarkotamedan | @pdpasarmedan
Email : pd.pasarkotamedan1@gmail.com



PASAR MEDAN

Medan, 22 Juli 2025

Nomor : 000.9 / 3174 / PUDPKM / 2025
Hal : Surat Keterangan Izin Riset

Kepada Yth :
Wakil Bidang
Penjamin Mutu Akademik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area
Di –
Medan

Dengan Hormat,
Berdasarkan Surat Saudara tentang Permohonan Riset atas nama sebagai berikut :

No	N A M A	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Saqina Fidelia	218530040	Ilmu Komunikasi

Dengan ini Direksi PUD Pasar Kota Medan memberikan Izin kepada Mahasiswa/i Saudara untuk melaksanakan Riset di PUD. Pasar Kota Medan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dalam melaksanakan Riset Mahasiswa/i harus tunduk dan taat kepada Peraturan dan Ketentuan yang berlaku di PUD. Pasar Kota Medan.
2. Dalam penulisan Laporan Mahasiswa/i terus bekerjasama dengan Pegawai PUD. Pasar Kota Medan agar tidak terjadi kesalahan data.
3. Pelaksanaan Riset tersebut dilaksanakan selama 1 (satu) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

Demikian disampaikan untuk dipergunakan seperlunya

Plt. Direktur Utama
Perusahaan Umum Daerah Pasar
Kota Medan



Imam Abdul Hadi, SE

Tembusan :

1. Kepala Bagian Kepegawaian.
2. Peninggal.

MEDAN UNTUK SEMUA

**PEMERINTAH KOTA MEDAN**
PERUSAHAAN UMUM DAERAH PASAR
KOTA MEDAN
Jl. Razak Baru No. 1-A Pasar Petisah Lantai III Medan - 20212
☎ pud.pasarkotamedan 📧 pud.pasarkotamedan 📧 @pdpasarmedan
Email : pd.pasarkotamedan1@gmail.com



Nomor : 000.9 / 3617 / PUDPKM / 2025
Perihal : Surat Izin Selesai Riset

Medan, 20 Agustus 2025

Kepada Yth :
Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area
Di-
Medan

Dengan Hormat,

Bersama ini memberitahukan bahwa Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dibawah ini :

NO	N A M A	NIM	Program Study
1.	Saqina Fidelia	218530040	Ilmu Komunikasi

Adalah benar telah selesai melaksanakan Riset di PUD. Pasar Kota Medan sejak tanggal 22 Juli 2025 s/d 22 Agustus 2025 dengan Judul **“Implementasi Komunikasi Krisis Dalam Bidang Kepegawaian di Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Medan : Studi Kasus Kantor Pusat”**

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan Terima kasih.

Plt. Direktur Utama
Perusahaan Umum Daerah Pasar
Kota Medan


Imam Abdul Hadi, SE



Tembusan :

1. Kepala Bagian Kepegawaian.
2. Pertiinggal.

