

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PROFIL INSTANSI

2.1 State of The Art

Tabel 2. 1 Tabel State of The Art

N o	Judul, Peneliti, Tahun.	Teori/Konsep	Metode	Hasil
1.	STRATEGI MANAJEMEN KRISIS PERUSAHAAN ADIDAS (KASUS KONTROVERSI DESAIN WAYANG) Oleh 1Nikolaus Ageng Prathama, 2Rukti Rumekar. Tahun 2022	Penelitian ini menggunakan teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT). SCCT adalah teori praktis yang mengidentifik asi alasan stakeholder bereaksi	Kualitatif dan pendekata n studi kasus.	Dari hasil penelitian study kasus ini, tim manajemen krisis perusahaan adidas menerapkan dua strategi manajemen krisis yaitu; Rebuild Strategy (Strategi Membangun Kembali) dan Bolster Strategy (Strategi Penguatan)

		terhadap organisasi selama krisis dan juga upaya organisasi untuk memberikan tanggapan pasca krisis dengan tujuan membangun kembali reputasinya (Littlejohn, Foss, and Oetzel 2017).		
2.	MANAJEMEN KRISIS HUMAS PEMERINTAHAN DAERAH KABUPATEN DAN KOTA DI JAWA TIMUR	Menurut St. John & Pearson (2016) beberapa teori yang lebih	Kualitatif dan pendekatan studi kasus	ketiga informan yang berbeda, pandangan serta pemahaman setiap informan berbeda-beda pandangan

	oleh Arini Dina Yasmin, Tahun 2019 Manajemen Krisis Humas Pemerintah daerah Kabupaten dan Kota di Jawa Timur	langsung membahas mengenai skenario krisis adalah Situational Crisis Communicatio n Theory dan Image Repair Theory. Kedua teori tersebut juga menjadi acuan dalam penelitian ini.		mengenai krisis ini ditambah belum ada tim khusus dalam menerapkan manajemen krisis, penanganan krisis hanya dilakukan berdasarkan instruksi dari Kepala Daerah. Langkah-langkah yang di ambil pun cenderung pasif karena tidak adanya SOP yang di buat untuk menangani krisis.
3.	Penerapan Manajemen Krisis oleh Humas PTPN XIII dalam Membangun Citra Positif Perusahaan, oleh Marlianto1*, Sulih	Salah satu peran humas dalam sebuah organisasi yaitu sebagai	kualitatif deskriptis	Humas PT Perkebunan Nusantara tidak langsung dapat menyampaikan

	Indra Dewi², Asfira Rachmad Rinata³, Tahun 2023	fasilitaor komunikasi. Peran ini bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya (Rini Dkk, 2017)		langsung terkait permasalahan kepada khalayak public, Perusahaan hanya menghimbau kepada karyawan agar tidak melakukan atau memerikan informasi serta tanggapan saat terjadinya krisis. Kendala yang dirasakan s humas kantor cabang yaitu tidak dapat mengambil Keputusan secara sepihak walaupun dalam keadaan krisis sekalipun, Karena setiap keputusan
--	--	--	--	---

				ditentukan oleh dewan direksi kantor pusat, hal ini menyebabkan Masyarakat serta karyawan sudah menunggu Keputusan, pengambilan Keputusan humas pusat yang terlalu lama juga bisa berimbas penutupan kantor dan pabrik sehingga oprasional berhenti, hal ini dapat menyebabkan kerugian secara material.
4.	ANALISIS MANAJEMEN KRISIS: STUDI KASUS PADA	Manajemen krisis adalah	Kualitatif dan Pendekata	Hasil dari penelitian mengenai

	PT INDOFOOD INDONESIA INDOMIE, Oleh 1Miftahul Ocha Awalia,2Siti Komsiah, Tahun 2024 Analisis Manajemen Krisis Studi Kasus pada PT Indofood Indonesia Indomie	sebuah proses esensial bagi setiap organisasi untuk menghadapi dan mengatasi situasi yang tidak diharapkan, yang bisa mengancam stabilitas dan merugikan organisasi serta pihak terkait (Lufritayanti & Annisa, 2013)	n Studi Kasus	ditolaknya Indomie di negara Taiwan karena perbedaan regulasi yakni adanya perbedaan standar residu pestisida Etilen Oksida (EtO) dalam produk makanan antara Taiwan dan Indones ia, hal ini yang membuat badan pengawasan makanan yang ada di Taiwan tidak memberikan izin edar untuk produk indomie. Masyarakat yang menelan berita yang ada di sosial media secara
--	--	---	------------------	---

				mentah-mentah menyimpulkan indomie berbahaya, BPOM sebagai lembaga pengawas makanan dan obatobatan di Indonesia mengatakan bahwa Indomie sudah mengikuti standar yang ada di Indonesia
5.	MANAJEMEN KRISIS MCD INDONESIA (STUDI KASUS BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL), OLEH MISHELIA KARTIKA1, ARFIAN SURYASUCIRAMDHA N2, MEIBY	Teori yang digunakan dalam penelitian adalah Teori SCCT (Situational Crisis Communicatio	kualitatif dengan Pendekata n studi literatur	Pentingnya peran seorang humas professional untuk mengatasi permasalahan dan komunikasi krisis dalam mengatasi permasalahan ini. Akhirnya pihak McDonald's

	ZULFIKAR³, M. REIHAN MANALU⁴, MAULIYA FITRIANI⁵, TAHUN 2024 Mishelia Kartika¹, Arfian Surya Suciramdhan², Meiby Zukfika³, M. Reihan Manalu⁴, Mauliya Fitriani⁵ Manajemen Krisis MCD Indonesia (studi kasus boikot produk pro israel)	n Theory) yang digagas oleh Timothy W. Coombs dan Sherry J. Holladay tahun 1995. Teori yang dikenal dengan SCCT ini dapat digunakan untuk menjelaskan opini publik terhadap suatu krisis dan	Indonesia melakukan klarifikasi lewat akun instgram @mcDonaldsid isi postingan tersebut mengatakan bahwa PT Rekso Nasional Food tidak terafiliasi dengan McDonald's Israel, McDonald's Indonesia menegaskan bahwa mereka tidak bekerja secara mandiri dan tidak berafiliasi dengan McDonald's Israel dan mempekerjakan tenaga kerja local sebagai bagian dari
--	---	---	--

		strategi krisis yang dikembangkan oleh praktik PR		karyawan McDonald's Indonesia. McD menegaskan bahwa pihaknya akan terus memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan serta memberikan manfaat kepada kelompok dan komunikasi di Indonesia, fenomena pemboikotan ini terjadi karena bentuk dukungan solidaritas Masyarakat korban krisis Gaza di Palestina.
--	--	---	--	--

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian sekarang:

A. Penelitian yang ditulis oleh 1Nikolaus Ageng Prathama, 2Rukti Rumekar yang berjudul “ Strategi Krisis Perusahaan Adidas (kasus kontroversi desain Wayang)” :

- Persamaan

Persamaan dengan penelitian ini yaitu berfokus pada langkah-langkah manajemen krisis yang dilakukan oleh perusahaan setelah mengalami krisis. Pada penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif study kasus.

- Perbedaan

Perbedaan pada penelitian penulis yaitu krisis ini terjadi di perusahaan swasta serta krisis ini terjadi tidak di Indonesia melainkan di akun Instagram @adidasph dan @adidasg yang Dimana akun tersebut akun official Adidas Philiphine dan Singapore.

B. Penelitian yang ditulis oleh Arini Dina Yasmin yang berjudul “Manajemen Krisis Humas Pemerintah daerah Kabupaten dan Kota di Jawa Timur”

- Persamaan

Persamaan penelitian yaitu, krisis terjadi tidak hanya di

satu tempat serta perlunya kolaborasi lewat sistem yang lebih efektif jika dikemudian hari krisis tidak di satu tempat lagi terulang

- Perbedaan

Perbedaan pada penelitian ini ialah kasus yang di tangani ialah korupsi di Kabupaten Kota di Jawa Timur yang menyeret kepala daerah sebagai pimpinan tertinggi, sedangkan dalam penelitian ini krisis terjadi di lingkup kecil STIP, karena krisis tidak dikelola dengan baik akhirnya menyeret Kementrian Perhubungan.

C. Penelitian yang ditulis oleh Marlianto^{1*}, Sulih Indra Dewi², Asfira Rachmad Rinata³ yang berjudul “Penerapan Manajemen Krisis oleh Humas PTPN XIII dalam Membangun Citra Positif Perusahaan”

- Persamaan

Persamaan penelitian yaitu peran humas sebagai manajemen yang membangun, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik, harmonis dan bermanfaat antara organisasi dengan publik lewat penerapan manajemen krisis yang baik

- Perbedaan

Perbedaan pada penelitian ini ialah masalah dari kasus yang di hadapi, dalam krisis yang terjadi PTPN ini disebabkan perusahaan sedang dalam keadaan kurang baik kasusnya setiap tahun penurunan omset serta Perusahaan mengalami kerugian, sedangkan dalam penelitian penulis krisis terjadi karena ada suatu kejadian yang kontroversi yaitu meninggalnya taruna STIP

D. Penelitian yang ditulis oleh 1Miftahul Ocha Awalia,²Siti Komsiah yang berjudul “Manajemen Krisis MCD Indonesia (studi kasus boikot produk pro israel)”

- Persamaan

Persamaan dengan penelitian ini yaitu krisi terjadi di sosial media dimana perusahaan/instansi menjadi sorotan publik, tim manajemen mengelola informasi yang ada di sosial media sebagai bentuk untuk pengelolaan krisis agar asumsi publik tidak semakin liar serta saat mengeluarkan *statement* tidak menjadi *boomerang* untuk perusahaan.

- Perbedaan

Perbedaan pada penelitian ini ialah menggunakan metode penelitian kualitatif study kasus yaitu lebih mendalami serta memahami suatu fenomena yang terjadi, sedangkan kualitatif deskriptif hanya menggambarkan atau

mendeskripsikan mengenai suatu fenomena, situasi, serta kejadian.

E. Penelitian yang ditulis oleh Mishelia Kartika¹, Arfian Surya Suciramdhan², Meiby Zukfika³, M. Reihan Manalu⁴, Mauliya Fitriani⁵ yang berjudul “Manajemen Krisis MCD Indonesia (studi kasus boikot produk pro israel)”

- Persamaan

Persamaan penelitian yaitu karena krisis terjadi awalnya di Mcd Israel masyarakat menyimpulkan bahwa Mcd yang ada di Indonesia masih ada kaitannya dengan Israel, faktanya yang memegang hak waralaba brand Mcd yang ada di Indonesia dikelola oleh PT Rekso Nasional Food (RNF).

- Perbedaan

Perbedaan pada penelitian ini ialah krisis yang dialami Mcd audiensnya lebih spesifik yaitu masyarakat yang beragama muslim, sedangkan dalam krisis yang terjadi di Kemenhub audiensnya masyarakat yang lebih luas

2.2 Landasan Teoretis dan Konsep

2.2.1 *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*

Teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT) adalah teori yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs pada buku *Theories Of Human Communication* karya Stephen W. Littlejohn, teori ini membantu dalam pengelolaan krisis yaitu memprediksi serta untuk merespon krisis, teori ini didasarkan pada eksperimen yang bertujuan untuk memberikan bukti ilmiah untuk mengarahkan bagaimana pengambilan Keputusan dalam situasi krisis (Littlejohn, Stephen et al., 2017).

Teori ini menjelaskan bagaimana para pemangku kepentingan (*Stakeholder*) bereaksi terhadap suatu organisasi saat terjadi krisis, serta bagaimana organisasi tersebut menanggapi pasca krisis untuk membangun kembali reputasinya kepada publik pasca krisis. Teori ini menyebutkan tiga variable sesuai dengan besar kecilnya tanggung jawab yang akan membentuk reputasi setelah dilakukannya manajemen krisis, pertama, *Crisis Responsibility* (penanggung jawab krisis awal). Kedua, *Crisis History* (Sejarah krisis). Ketiga, *Prior Relational Reputation* (reputasi relasional sebelumnya).

Pada teori ini mengatakan bahwa “krisis yang tidak di tangani dengan baik nantinya akan mengancam Perusahaan langsung maupun tidak langsung”

Bisa di artikan bahwa Ketika sebuah krisis tidak ditangani dengan manajemen krisis yang baik maka dampaknya bisa sangat merugikan bagi Perusahaan/instansi. Hal ini dapat menyebabkan kerugian secara finansial,

kerusakan reputasi dan hilangnya rasa kepercayaan di mata public serta menurunnya nilai dalam persaingan global. Oleh karena itu pentingnya bagi perusahaan untuk memiliki strategi tanggap darurat dan pembentukan tim yang terlatih untuk mengatasi krisis dengan cepat serta efektif.

Dalam teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT) membagi dua strategi untuk mengrespon krisis, meliputi strategi primer maupun sekunder. Strategi Respon primer meliputi 2 jenis yaitu: yang meliputi, (1) mengurangi (*diminish*) meliputi, memberikan pembenaran alasan pada saat krisis berlangsung dan memberikan pembenaran. (2) dan membangun kembali (*rebuild*) meliputi memberikan imbalan pada korban dan memberikan permintaan maaf. Sedangkan strategi sekunder nya merupakan (1) memperkuat (*bolstering*), setiap strategi memiliki implementasinya sendiri.

A. Mengurangi (*diminish*)

merujuk pada strategi yang di gunakan untuk merespon krisis yang memiliki tujuan agar meminimalkan persepsi dan tanggung jawab organisasi terhadap krisis, dengan kata lain strategi ini bertujuan untuk memindahkan fokus dari kesalahan internal Perusahaan ke faktor eksternal atau tak terduga. Hal ini dapat dilakukan melalui dua cara yaitu *excuse* (memberikan alasan atau dalih) dan *justification* (pembenaran).

B. membangun kembali (*rebuild*)

strategi membangun kembali (*rebuild strategy*) adalah salah satu kategori strategi komunikasi krisis yang digunakan ketika organisasi dipersepsikan memiliki tanggung jawab tinggi atas krisis yang terjadi. Strategi ini bertujuan untuk memulihkan reputasi organisasi melalui tindakan yang menunjukkan penyesalan, tanggung jawab, dan komitmen untuk memperbaiki keadaan.

C. bolstering adalah salah satu strategi komunikasi krisis tambahan yang digunakan untuk memperkuat citra positif organisasi di tengah krisis. Strategi ini bertujuan untuk mengalihkan perhatian publik dari aspek negatif krisis dengan menonjolkan hal-hal positif yang telah dilakukan organisasi sebelumnya atau sedang dilakukan dalam menanggapi krisis.

2.2.2 Manajemen Krisis

Menurut Fink (Aboudzadeh et al., 2014) dalam bukunya *Crisis Management Planning for the Inevitable* mengartikan krisis sebagai:

“Unstable time or state of affairs in which a decisive change is impending either one with the distinct possibility of a highly desirable and extremely positive outcome or one with a distinct possibility of a highly undesirable outcome. It is usually a 50-50 proposition, but you can improve the odds.”

Krisis berpotensi menjadi pedang bermata dua yaitu dapat membawa dampak positif ataupun negatif terhadap suatu organisasi tergantung bagaimana humas menjalankan manajemen krisis pada organisasi tersebut. Mempersiapkan diri untuk menghadapi krisis adalah bagian dari manajemen. Sebuah krisis menjadi berpotensi mengancam keberlangsungan operasional perusahaan, sehingga diperlukan penanganan dengan secepat mungkin dengan cara yang tepat untuk mengatasinya, dan dapat terbagi tiga kategori, Firsan (Prathama & Rumekar, 2022)

- Krisis level 1 : krisis ini memiliki dampak pada rusaknya reputasi atau citra organisasi dan dapat mengganggu tercapainya cita-cita organisasi yang sudah direncanakan Contohnya : tuntutan hukum terhadap perusahaan.
- Krisis level 2 : menyebabkan luka secara fisik, memiliki potensi menimbulkan korban jiwa, merusak aset atau properti organisasi, serta menghancurkan reputasi organisasi yang selama ini telah dibangun dengan baik yang mengakibatkan masyarakat ragu dan memberikan respon yang negatif.
- Krisis level 3 : menyebabkan korban jiwa, kerusakan property secara menyeluruh, serta menimbulkan perusahaan di hadapkan dengan kebangkrutan

Seorang humas profesional dalam menangani krisis menjelaskan mengenai konflik secara jujur dan terbuka (*open communication*) simpang siur pemberitaan mengenai krisis dan menjadi topik pembicaraan yang hangat di publik ,

dikarenakan disatu sisi seorang humas juga memiliki tugas sebagai penengah (mediator) dilain sisi juga memiliki tanggung jawab sosial (Social responsibility) dan memiliki tanggung jawab pada perusahaan karena bekerja untuk perusahaan. Maka perlunya menentukan langkah-langkah yang cermat dalam merencanakan program kehumasan, agar tidak terjadi krisis yang muncul yang dapat megancam reputasi perusahaan. Apabila krisis tidak bisa di hindari harus segera di tangani, saat ini tak jarang perusahaan memiliki tim khusus dan panduan atau SOP (standar oprasonal perusahaan) yang berisi panduan bagaimana mengambil langkah-langkah untuk menghadapi krisis. (Prathama & Rumekar, 2022)

Pelaksanaan penerapan manajemen krisis menjadi sangat penting karena dapat membantu menyiapkan perlindungan yang optimal dari dampak yang di hasilkan oleh krisis, dan dapat memberikan respon dengan cepat dan efektif dan menghindari mengambil respon yang salah yang akan memperkeruh krisis tersebut serta menyediakan rencana serta sumber saya untuk pemulihan reputasi pasca krisis. (Suryani & Sagiyanto, 2018)

Penerapan manajemen krisis pacsa krisis, merupakan tahapan dalam proses megembalikan atau pemulihan setelah organisasi melewati siatuasi krisis. Tahap ini melibatkan serngkaian tindakan atau langkah-langkah yang terstruktur yang di ambil dengan tujuan memperbaiki kerusakan yang di timbulkan oleh krisis, baik dari aspek oprasional, finansial, maupun reputasi organisasi. Poroses ini diawali dengan evaluasi penyebab terjadinya krisis, tinjauan ulang mengenai kebijakan serta prosedur intermal, pengelolaan komunikasi internal dan eksternal dalam rangka memulihkan kepercayaan publik, serta mengevaluasi startegi

pencegahan krisis agar krisis serupa tidak terulang kembali, dengan ini penerapan manajemen krisis pasca krisis tidak hanya berfokus dengan memperbaiki kondisi saat ini tetapi juga menjadi evaluasi penting bagi pembelajaran organisasi dalam menghadapi potensi krisis di masa depan.

2.2.3 Kekerasan (*Bullying*)

Meningkatnya kasus kekerasan fisik di lingkungan perguruan tinggi mendorong Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk menertibkan lewat peraturan Nomor 80 Tahun 2015 mengenai pencegahan dan penanggulangan kekerasan di lingkungan pendidikan. Peraturan ini dibuat untuk melindungi hak anak dari perilaku kekerasan dan mencegah anak untuk menjadi pelaku tindakan tersebut.

Permendikbud Nomor 82 Tahun 2015 menegaskan secara hukum, perguruan tinggi memiliki wewenang atas pengam bilan tindakan legal kepada pelaku kekerasan fisik. Maraknya kasus kekerasan di lingkungan pendidikan, khususnya pendidikan yang menggunakan sistem asrama (*broading school*)

Perilaku atau tindakan kekerasan di lingkungan pendidikan tinggi sering dikaitkan dengan budaya senioritas. Senioritas adalah situasi dimana seseorang berada di level yang berbeda atau lebih tinggi biasanya mengenai faktor usia, pengalaman, atau jabatan dalam suatu organisasi atau komunitas sosial. Fenomena atau budaya senioritas dalam pendidikan Indonesia salah satu perilaku yang sering kali dijumpai pada remaja yang sudah terjadi secara turun-temurun, bahkan di dijadikan tradisi di lingkungan pendidikan tinggi adalah budaya

seniortitas (Franciscus Xaverius Wartoyo & Yuni Priskila Ginting, 2023). Senioritas sendiri tidak dapat dipisahkan dari masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi saling menghormati kepada yang lebih tua usianya, dalam konteks pendidikan menghargai para senior yang lebih tua dan lebih berpengalaman dalam lingkungan pendidikan tersebut.

Menurut Nurani (Diyah & Imron, 2016) akhir-akhir ini tindakan kekerasan di lingkungan pendidikan semakin banyak perhatian banyak kalangan terutama masyarakat terutama kalangan orang tua. Kekerasan yang dialami oleh peserta didik menjadi sorotan utama dalam pemberitaan media, kejadian kekerasan yang terus terulang-ulang dalam lingkungan pendidikan menunjukkan pola asuh menggunakan kekerasan menjadi bagian dari metode pendidikan yang diterapkan. Tindakan perilaku kekerasan terhadap siswa masih kerap dibenarkan dengan dalih untuk membentuk kedisiplinan, beberapa bentuk kekerasan yang sering diterima siswa antara lain kekerasan dalam bentuk fisik, tindakan yang bisa menyebabkan cedera seperti pemukulan serta penganiayaan, selain itu juga ada penganiayaan non verbal yang dalam pengamcam psikologis, seperti penghinaan, pelecehan, ejekan atau ucapan yang dapat merusak harga diri dan menurunkan kepercayaan diri.

2.2.4 Public Relations

Kegiatan *Public Relations* selalu memiliki kaitan dengan aktifitas komunikasi dalam suatu organisasi, berkaitan dengan fungsi sekaligus perannya, *Public Relations* memiliki tanggung jawab sebagai yang menjembatani penyampaian pesan atau informasi kepada para pemangku kepentingan. Hal ini

dalam ilmu komunikasi, *Public Relations* dinilai sebagai bagian dari objek studi ilmu komunikasi (Filayly & Ruliana, 2022) Sebagai metode dalam komunikasi, *Public Relations* memiliki pengertian bahwa setiap pemimpin organisasi dapat melaksanakan kegiatan kehumasan yaitu berkomunikasi dengan baik, berkomunikasi dengan baik memiliki unsur-unsur sebagai berikut: (1) komunikasi yang bersifat dua arah dan saling timbal balik: (2) kegiatannya meliputi penyampaian informasi, kegiatan persuasif, serta analisis opini publik: (3) memiliki tujuan utama mendukung pencapaian organisasi; (4) sasaran komunikasi mencakup publik internal maupun eksternal organisasi; (5) harapannya berdampak pada terciptanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya (Filayly & Ruliana, 2022)

Menurut Frank Jefkins (Anggraini & Setyanto, 2019), *Public Relations* adalah salah satu bentuk komunikasi yang sengaja di rancang secara sistematis agar efektif, baik yang ingin di sampaikan ke internal atau eksternal organisasi, bertujuan menjalin hubungan yang baik antara organisasi dan seluruh publiknya, memiliki tujuan yang spesifik yang menuntut pada saling memahami. Peran seorang *Public Relations* sangat penting dalam membangun citra serta identitas perusahaan, khususnya dalam hal komunikasi internal dan eksternal, agar perusahaan mampu bersaing dan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, saat ini perusahaan saling berlomba-lomba menunjukkan eksistensi perusahaannya dengan membranding keunggulannya demi meningkatkan *awareness* publik dan membangun kepercayaan kepada masyarakat.

Menurut Rosady (Wayan Supada, 2020) umumnya tugas-tugas dari humas instansi atau lembaga pemerintahan, yaitu:

- a. Sebagai komunikator atau perwakilan resmi organisasi, PR berperan aktif menyampaikan informasi dan menjalin komunikasi yang intens melalui media massa serta berbagai kelompok masyarakat.
- b. PR sebagai pembina hubungan yang memiliki kemampuan untuk menjalin dan memelihara hubungan yang harmonis antara institusi yang diwakilinya dengan publik, baik di dalam maupun di luar organisasi.
- c. berfungsi mendukung pelaksanaan tugas manajemen dan turut membantu serta menjembatani komunikasi dari berbagai bidang di dalam organisasi seperti bidang pemasaran, operasional, teknik, keuangan, dan sumber daya manusia, guna mewujudkan tujuan bersama yang sejalan dengan visi utama organisasi.
- d. Membentuk dan mempertahankan citra positif bagi Perusahaan melalui publikasi, mencerminkan prestasi dan reputasi perusahaan, serta menjadi tujuan utama dalam strategi komunikasi kehumasan.

2.3 Operasional Konsep

Salah satu tahapan terpenting saat melakukan penelitian adalah peneliti mengembangkan konsep menjadi Indikator-indikator yang lebih spesifik dan terukur. Proses ini dikenal sebagai operasionalisasi konsep. Tujuannya adalah agar peneliti dapat menganalisis data dengan baik, dan memastikan bahwa kesimpulan

peneliti didukung oleh bukti-bukti yang kuat, Keakuratan kerangka operasional dapat dilihat dari sejauh mana dimensi yang dijelaskan mampu memberikan gambaran yang jelas (Hasanah, 2022).

Teori yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu model Teori Komunikasi Krisis Situasional (*Situational Crisis Communication Theory*) untuk menganalisis strategi manajemen krisis humas kemenhub dalam pengelolaan krisis yaitu memprediksi serta untuk merespon saat krisis terjadi dan membangun Kembali kepercayaan publik pasca krisis. Model ini dapat membantu atau di jadikan bahan referensi humas Kemenhub dalam penyusunan strategi manajemen krisis agar bisa meminimalisir kegagalan saat mengimplementasikan manajemen krisisnya.

2.4 Profil Instansi

2.4.1 Profil Kementrian Perhubungan

Kementrian Perhubungan terdiri dari struktur organisasi yang lengkap dan terkodirnasi. Sejak tahun 2021 Kementrian Perhubungan memiliki unit organisasi yakni, Sekertariat Jendral, Direktorat Jendral, Badan, Inspektorat Jendral, Staf Ahli, serta Pusat. Penyusunan organisasi dan tata kerja yang di buat memiliki tujuan untuk

Menciptakan birokrasi yang sederhana di barengi dengan kinerja yang efektif dan efesien dan berjalan optimal dalam menjalankan tugasnya, serta setiap unit organisasinya memiliki kedudukan, tugas dan fungsi dan tanggung jawab kepada Mentri Perhubungan.

Menteri Perhubungan memegang tanggung jawab atas penyusunan, penetapan, dan melaksanakan peraturan yang berkaitan dengan transportasi, peraturan ini meliputi kualitas layanan, jaminan keselamatan dan keamanan masyarakat yang menggunakan transportasi masal, dan di tuntut untuk terus melakukan perluasan jangkauan layanan, serta keterintegrasian antar fasilitas dan infrastruktur transportasi. Selain itu, Menteri Perhubungan juga memiliki tanggung jawab memberikan pengawasan dan arahan teknis terhadap layanan transportasi di berbagai wilayah, tujuannya adalah untuk memastikan pergerakan masyarakat serta distribusi barang dan jasa berjalan dengan baik, dijamin kemanannya, mudah di jangkau, dan saling terintegrasi.

Salah satu tugas dan tanggung jawab Sekretariat Jendral (Sekjen) dalam Kementrian Perhubungan adalah mengelolah dan mengoordinasikan tugas dari seluruh unit organisasi yang ada di lingkungan Kementian Perhubungan, Sekjen memiliki kewenangan dalam memberikan dukungan administratif, perencanaan anggaran, menyusun aturan hukum, dan memberikan bantuan hukum

Selain itu di bawah Direktorat Jendral (Ditjen) terbagi empat unit, yang masing-masing unit membawahi matra transportasi. yaitu, darat, laut, udara, dan kereta api. Setiap Ditjen memiliki tanggung jawab dalam membuat aturan, standar, dan prosedur dalam oprasional setiap matranya, serta memberikan arahan dan pengawasan agar terciptanya layanan transportasi yang aman, nyaman, selamat dan terintegrasi. Selain itu, Ditjen melihat perlunya perhatian khusus dalam mengelola transportasi di wilayah Jabodetabek karena tingginya mobilitas masyarakat setiap harinya yang cukup besar perlunya di buatkan unit

husus yaitu, Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek (BPTJ), disamping itu wilayah Jabodetabek mendapatkan perhatian khusus karena perannya sebagai pusat ekonomi dan pemerintahan.

Tidak hanya melakukan pengawasan di dalam internal Kementrian Perhubungan, Kemenhub terus memperkuat dan meningkatkan melalui penelitian dan pengembangan di bidang transportasi, hal ini dilakukan untuk mewujudkan agar pembangunan transportasi di Indonesia berbasis riset dan pendalaman ilmiah, hal ini tidak luput dari peran sumber daya manusia (SDM).

Kementrian Perhubungan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas sdm melalui penyelenggaraan sekolah tinggi, politeknik, serta pusat pendidikan yang berada dibawah langsung Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Perhubungan (BPSDMP), Seperti Politeknik Transportasi Darat Indonesia (STTD), Politeknik Perkeretaapian Indonesia (PPI) dan Politeknik Ilmu Pelayaran (PIP).



Gambar 2. 1 Logo dan Lambang Kementrian Perhubunngan

Sumber: <https://dephub.go.id/>

Dalam rangka mendukung Presiden untuk dalam menjalankan pemerintahan, Kementerian Perhubungan memiliki tugas dan fungsi yang tujuan utama untuk mengelola sektor transportasi di Indonesia, antara lain:

- Merumuskan, menetapkan, dan menjalankan kebijakan terkait dari pelayanan, keselamatan, dan keamanan transportasi. Selain itu juga memastikan kemudahan akses serta keterintegrasian antar sarana dan prasana transportasi
- Bertanggung jawab atas koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan serta penyediaan pendukung administrasi bagi seluruh unit organisasi di lingkungan Kementerian Perhubungan
- Mengelola aset milik negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Perhubungan
- Mengawasi atas pelaksanaan tugas yang menjadi tanggung jawab Kementerian Perhubungan
- Melakukan pembimbingan teknis dan supervisi mengenai pelaksanaan tugas Kementerian Perhubungan
- Melaksanakan analisis dan memberikan rekomendasi mengenai kebijakan transportasi
- Melakukan pengembangan sumber daya manusia transportasi dan memberikan dukungan yang mendalam dan signifikan kepada semua elemen organisasi di dalam lingkungan Kementerian Perhubungan.

2.4.2 Visi dan Misi Kementerian Perhubungan

A. Visi

Terwujudnya pelayanan transportasi yang handal, berdaya saing dan memberikan nilai tambah.

B. Misi

- Meningkatkan keselamatan dan keamanan transportasi dalam upaya peningkatan pelayanan jasa transportasi.
- Meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap pelayanan jasa transportasi untuk mendukung pengembangan konektivitas antar wilayah.
- Meningkatkan kinerja pelayanan jasa transportasi.
- Melanjutkan konsolidasi melalui restrukturisasi dan reformasi di bidang peraturan, kelembagaan, sumber daya manusia (SDM), dan penegakan hukum secara konsisten.
- Mewujudkan pengembangan teknologi transportasi yang ramah lingkungan untuk mengantisipasi perubahan iklim

2.2.3 Struktur Organisasi Kementerian Perhubungan

Kementerian Perhubungan memiliki struktur organisasi yang lengkap dan terkoordinasi. Tata kelola dan tata kerja Kementerian Perhubungan berpedoman pada asas birokrasi yang sederhana, namun berdaya guna, efektif dan efisien dalam pelaksanaan tugasnya. Mulai pada tahun 2021, terdapat berbagai sebutan unit organisasi Kementerian Perhubungan antara lain Sekretariat Jenderal,

Direktorat Jenderal, Badan, Inspektorat Jenderal, Staf Ahli, serta Pusat. Masing-masing badan pengawas mempunyai peran dan tugas yang bertanggung jawab pada Menteri Perhubungan.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Kementerian Perhubungan

Sumber: <https://dephub.go.id/>

Menteri Perhubungan saat ini dijabat oleh bapak Dudy Purwagandhi periode 2024-2029 menggantikan Menteri Perhubungan sebelumnya bapak Budi Karya Sumadi yang sudah menjabat sejak 2016-2024.

Terdapat 4 (empat) jabatan di Inspektorat Jenderal yang masing-masing di ketuai oleh:

- Inspektorat Jenderal Perhubungan darat diketuai oleh, Ahmad Yani, A.T.D., M.T
- Inspektorat Jenderal perhubungan Udara diketuai oleh, Ir. Lukman F. Laisa
- Inspektorat Jenderal perhubungan Laut diketuai oleh, Dr. Capt. Antoni Arif Priadi, M.Sc.

- Inspektorat Jenderal Perkeretaapian diketuai oleh, Ir. Mohamad Risal Wasal ATD., MM., IPM

Selain itu Kementrian Perhubungan memiliki bagian badan pengelola yang di ketuai oleh:

- Kepala Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia diketuai oleh, Ir. Subagiyo, M.T
- Badan Kebijakan Transportasi diketuai oleh, DR. Robby Kurniawan, S.STP.,M.Si