

**STRATEGI MANAJEMEN KRISIS BAGIAN *PUBLIC RELATIONS* PERTAMINA RU II DALAM MENANGANI DEMO BURUH KONTRAK DAERAH SUNGAI PAKNING**

***CRISIS MANAGEMENT STRATEGIES OF PUBLIC RELATIONS PERTAMINA RU II IN HANDLING THE DEMONSTRATION OF OUTSOURCING LABOR***

**Fuad Mujaddidi<sup>1</sup>, Kharisma Nasionalita<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[fuadmujaddidi@gmail.com](mailto:fuadmujaddidi@gmail.com), <sup>2</sup>[nasionalita.kharisma@gmail.com](mailto:nasionalita.kharisma@gmail.com)

**08117592017, 085711008386**

Abstrak

Hubungan masyarakat atau *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *Public Relations* dalam kerangka suatu rencana *Public Relations* di sebuah perusahaan. Tentunya humas juga melaksanakan manajemen krisis bilamana terjadi suatu krisis di perusahaan. Unjuk rasa atau demonstrasi merupakan sebuah krisis yang dapat dialami oleh perusahaan swasta maupun perusahaan BUMN. Pertamina merupakan perusahaan milik negara yang bergerak di bidang energi meliputi minyak, gas serta energi baru dan terbarukan. Suatu unit pengolahan Pertamina, yaitu Pertamina Unit Pengolahan Dua Sungai Pakning telah mengalami krisis demo buruh kontrak yang hampir terjadi setiap tahun, mulai tahun 2012 hingga tahun 2016. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen krisis yang dilakukan Pertamina RU II dalam menangani krisis demo buruh kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning. Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan pemaparan secara deskriptif, dengan teknik wawancara untuk mengumpulkan data. Lalu penulis mengaitkan hasil data dengan strategi Gonzales-Herrero dan Pratt, yang mengkonsepkan strategi manajemen krisis dalam bentuk langkah-langkah meliputi manajemen isu, perencanaan pencegahan, proses krisis terjadi, dan paska krisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh bagian Public Relations Pertamina RU II sudah cukup optimal, karena telah berhasil menciptakan suasana yang kondusif dan di tahun 2017 sudah tidak terjadi demo karna sudah ditangani dengan baik pada tahun sebelumnya.

Kata Kunci: Strategi, Manajemen Krisis, Demo, *Public Relations*

**ABSTRACT**

*Public relations is very needed in an organization or a company. Public relations is an alternatif option that choose for persue and to archieve the target. Public relations within the framework of a plan of public relation in a company. Of course public relations also doing crisis management when happening a crisis in the company. Rally or demonstration is a crisis that can happen by private companies as well bumn companies. Pertamina is a company state property that moves in energy region involve oils, gas, new energies and renewable. A refinery unit by Pertamina, is Pertamina Refinery Unit II Sungai Pakning area has been in crisis for contract labor demonstration which is almost happen every year, start from year 2012 to year 2016. The purpose of this research is to know how the crisis management strategies do Pertamina RU II in how to handle contract labor demonstration Pertamina RU II Sungai Pakning. To archieve the purpose of the research, the writer use qualitative approach case studies by explain in descriptive, with interview technique to collect the data. Then the writer hooking the result of the data with Gonzales-Herrero and Pratt, conceptualize crisis management strategies in form steps involve issues management, prevention planning, crisis process that happen, and crisis pasca. Result of this research shows that crisis management strategies do by public relations Pertamina RU II region is quite optimal, because the result has been successfully to create a conductive atmosphere and in year 2017 there was no demonstration because it already handled well in the pervious year.*

**Keywords: Strategies, Crisis Management, Demo, Public Relation**

## 1. Pendahuluan

Penulis ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan bagian *Public Relations* Pertamina RU II dalam menangani krisis demo buruh kontrak daerah Sungai Pakning, agar citra perusahaan tidak menurun. Begitu pentingnya citra positif perusahaan kemudian menuntut bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning dalam melakukan berbagai strategi untuk menyelesaikan krisis yang tujuannya adalah mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat kecamatan Bukit Batu, Sungai Pakning.

Menghadapi situasi krisis seperti ini, praktisi *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam mempertahankan citra positif perusahaan. Tugas utama *Public Relations* dalam menghadapi krisis sejatinya adalah untuk menyampaikan pesan – pesan komunikasi yang efektif sehingga dapat menunjukkan kepada khalayak bahwa suatu perusahaan mampu melewati dan menyelesaikan krisis dengan baik. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Ardianto (2008: 206)<sup>[1]</sup> bahwa pada situasi krisis seorang PR perusahaan harus mampu menyediakan laporan singkat namun akurat mengenai informasi yang dibutuhkan kelompok masyarakat seperti media massa, para buruh dan keluarga mereka.

Hal ini yang menjadi fokus utama dari penulis dalam melakukan penelitian melihat citra Pertamina RU II merupakan aset utama perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya. Berdasarkan pandangan tersebut serta melihat fungsi daripada bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning dalam upaya manajemen krisis yang sedang dihadapi maka penulis menjadikan hal tersebut sebagai obyek penelitian penulis dengan judul “STRATEGI MANAJEMEN KRISIS BAGIAN *PUBLIC RELATIONS* PERTAMINA RU II DALAM MENANGANI DEMO BURUH KONTRAK DAERAH SUNGAI PAKNING”

## 2. Dasar Teori

### 2.1 Definisi Krisis

Definisi tentang krisis salah satunya dikemukakan oleh Robert P. Powell tahun 2005 (Nova, 2011:68)<sup>[2]</sup> yang menyatakan bahwa krisis adalah kejadian yang tidak diharapkan, berdampak dramatis, kadang belum pernah terjadi sebelumnya yang mendorong organisasi kepada suatu kekacauan (*chaos*) dan dapat menghancurkan organisasi tersebut tanpa adanya tindakan nyata. Krisis tidak memiliki batas (*no boundaries*) dan dapat terjadi kapan saja, dimana saja terhadap setiap organisasi (profit dan nonprofit, publik dan privat).

### 2.2 Identifikasi Krisis

Untuk dapat mengidentifikasi suatu krisis, *public relations* perlu melakukan penelitian. Bila krisis terjadi dengan cepat, maka penelitian harus dilakukan secara informal dan kilat, harus diusahakan kesimpulan atas identifikasi krisis yang terjadi ditarik pada hari yang sama saat data dikumpulkan. Oleh sebab itulah dibutuhkan praktisi humas yang cakap dan peka dalam mengumpulkan data yang diperlukan. (Kasali, 2003: 231)<sup>[3]</sup>

### 2.3 Tipe Krisis

Sebelum terjadi krisis dan berupaya dalam menangani krisis seorang praktisi *public relations* harus mengetahui terlebih dahulu tipe atau jenis-jenis krisis yang mungkin muncul. Ini diperlukan karena respons atau krisis sedikit banyak akan bergantung pada tipe krisis bersangkutan (Morissan, 2008:173)<sup>[4]</sup>. Krisis dapat dikategorikan berdasarkan waktu, antara lain :

- 1) Krisis yang bersifat segera (*immediate crises*)
- 2) Krisis baru muncul (*emerging crises*)
- 3) Krisis Bertahan (*sustained crises*)

### 2.4 Faktor Krisis

Krisis tidak bisa diprediksi datangnya. Jalan terbaik untuk menghadapinya adalah membuat perencanaan untuk menghadapi krisis. Dalam (Nova, 2011:75)<sup>[2]</sup> menyatakan bahwa terdapat sembilan jenis krisis berdasarkan penyebabnya.

1. Krisis karena bencana alam
2. Krisis karena kecelakaan industri
3. Krisis karena produk yang kurang sempurna
4. Krisis karena persepsi publik
5. Krisis karena hubungan kerja yang buruk
6. Krisis karena kesalahan strategi bisnis

7. Krisis karena terkait masalah kriminal
8. Krisis karena pergantian manajemen
9. Krisis karena persaingan bisnis

## 2.5 Tahapan Krisis

Dalam Steven Fink (1986: 20) <sup>[5]</sup>, konsultan krisis terkemuka dari Amerika mengembangkan konsep anatomi krisis. Fink mengidentikkan krisis dengan penyakit yang menyerang manusia. Oleh karenanya Fink membagi tahapan yang dilalui suatu krisis dengan menggunakan terminologi kedokteran yang biasa dipakai untuk melihat stadium suatu krisis yang menyerang manusia. Tahap-tahap itu menurut Fink adalah sebagai berikut:

1. Tahap Prodromal
2. Tahap akut
3. Tahap Kronik
4. Tahap Resolusi (penyembuhan)

## 2.6 Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis adalah komunikasi antara organisasi dengan publik sebelumnya, selama dan setelah kejadian krisis. Komunikasi ini dirancang melalui program-program untuk meminimalisir kerusakan terhadap citra organisasi, Fearn Banks (Prayudi 1998: 38) <sup>[6]</sup>.

## 2.7 Manajemen Krisis

Mengatasi krisis pada dasarnya merupakan proses bertahap (*step by step*) dan melalui rangkaian aktivitas. Menurut Rosady Ruslan (1999: 102) <sup>[7]</sup>, terdapat tiga aspek manajemen krisis

1. Aspek Mekanisme
2. Aspek Dinamika
3. Aspek Menjaga Hubungan

## 2.8 Strategi Manajemen Krisis

Gonzales-Herrero dan Pratt (Prayudi, 1998: 37) <sup>[6]</sup>, memperkenalkan konsep strategi manajemen yang cukup lengkap dengan tetap mengacu pada tahapan krisis yang sudah ada. Langkah-langkah tersebut meliputi :

1. Manajemen Isu
2. Perencanaan Pencegahan
3. Krisis Terjadi
4. Paska Krisis

## 3. Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan paradigma konstruktivis, Seperti yang dijelaskan oleh Creswell bahwa paradigma konstruktivisme merupakan yang diinterpretasikan oleh individu dengan berbagai macam variabel dan *meaning*. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang merupakan pandangan ilmu sosial sebagai analisis yang sistematis terhadap *socially meaningful action* dan melalui pengamatan secara langsung dan terinci terhadap objek penelitian (Creswell, 2009: 20) <sup>[8]</sup>.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif studi kasus yang akan dipaparkan secara deskriptif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif yaitu data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan, memo dan dokumen resmi lainnya. Selain itu juga, dengan penelitian kualitatif penulis berusaha membangun makna mengenai suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari para partisipan (Creswell, 2009: 28) <sup>[8]</sup>.

Adapun hasil yang diperoleh dari penggunaan metode studi kasus, selanjutnya akan penulis paparkan secara deskriptif kualitatif. Karena penelitian ini berusaha untuk menjabarkan situasi atau peristiwa dan membandingkan data-data yang berhubungan dengan strategi yang dilakukan oleh *public relations* Pertamina RU II dalam menangani krisis demo buruh kontrak Pertamina RU II daerah Sungai Pakning, yang merupakan bahan penelitian penulis. Penulis menggunakan analisis deskriptif, dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Pertanyaan dengan kata tanya “mengapa”, “alasan apa”, dan “bagaimana terjadinya” akan senantiasa dimanfaatkan oleh penulis. Dengan demikian, penulis tidak akan memandang bahwa sesuatu itu sudah memang demikian keadaannya (Moleong, 2002: 06) <sup>[9]</sup>.

## 4. Hasil Pembahasan

## **Peran dan Fungsi *Public Relations* Pertamina RU II**

Fungsi bagian *Public Relations* Pertamina RU II adalah untuk menkomunikasikan agenda-agenda atau program-program perusahaan ke publik atau lingkup eksternal lainnya. Lalu program-program yang telah ditentukan akan disinergikan dengan program-program manajemen perusahaan lain, dalam arti program tersebut adalah program yang mirip dan program yang memiliki tujuan yang sama.

## **Pemahaman Tentang Krisis dan Dampak Demo Buruh Kontrak**

Menurut bagian *Public Relations* Pertamina RU II, krisis merupakan konflik yang terjadi antara masyarakat sekitar perusahaan, baik itu masyarakat internal maupun eksternal, dimana konflik tersebut akan memungkinkan untuk mengganggu operasional dan kinerja perusahaan. Tentunya krisis yang tidak segera direspon atau ditangani bisa berdampak negatif dan merugikan perusahaan. Selain mengganggu operasional perusahaan, dampak yang ditimbulkan oleh demo buruh kontrak RU II Sungai Pakning ialah terjadinya hambatan yang dialami oleh pegawai perusahaan. Para pegawai bekerja dibawah tekanan, hal ini tentunya menimbulkan suasana kerja yang tidak kondusif

## **Identifikasi Krisis Demo Buruh Kontrak**

Ketidakhahaman buruh kontrak dengan undang-undang ketenagakerjaan telah menimbulkan kesalahpahaman antara buruh kontrak dengan pihak Pertamina RU II Sungai Pakning. Jadi kebanyakan dari buruh kontrak yang tidak paham hanya ikut-ikutan demo saja, ikut meramalkan tanpa tahu apa sebenarnya yang mereka perjuangkan.

## **Tipe Krisis Demo Buruh Kontrak**

Berdasarkan waktu, krisis demo buruh outsourcing Pertamina RU II Sungai Pakning ini telah terjadi secara berulang hampir setiap tahun, dimulai dari tahun 2012 hingga tahun 2016. Bertahun-tahun pendemo tetap menuntut hal yang sama, padahal dari pihak manajemen telah menegaskan bahwasanya yang mereka tuntut itu tidak sesuai dengan aturan perusahaan dan undang-undang pemerintah yang berlaku.

## **Faktor yang Menyebabkan Demo Buruh Kontrak**

Demo buruh outsourcing Pertamina RU II Sungai Pakning terjadi karena adanya rasa ketidakpuasan yang dialami oleh pekerja outsourcing tersebut, pekerja outsourcing merasa dirugikan oleh undang-undang berlaku yang menurut mereka tidak adil. Nyatanya mereka salah dalam memahami undang-undang tersebut, karena mereka hanya mengambil undang-undang sepotong, hanya mengambil sisi undang-undang yang menguntungkan bagi mereka, dimana undang-undang tersebut yang mereka tuntut diberlakukan dan diperjuangkan saat demo. Pekerja outsourcing juga merasa disenjangkan dengan pegawai tetap, menurut mereka mereka juga layak untuk mendapatkan hak yang setara dengan pegawai tetap.

## **Tahapan Krisis Demo Buruh Kontrak**

Dalam kasus demo buruh kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning, tiga hari atau satu minggu sebelum melakukan demo, pendemo biasanya memberitahukan kepada pihak Kepolisian bahwa mereka akan melakukan demo. Pendemo biasanya juga memberikan surat langsung kepada perusahaan bahwa mereka akan melancarkan aksi demo.

Tahap akut krisis demo buruh kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning terjadi disaat demo berlangsung, tahap akut terjadi disaat aktor intelek demo memulai orasi mengeluarkan tuntutan terhadap Pertamina RU II Sungai Pakning. Permasalahan yang terjadi sudah jelas bahwa mereka menginginkan hak-hak yang menurut mereka harus mereka dapatkan.

Setelah permasalahan terungkap, dalam menanggapi dan menangani untuk tujuan penyelesaian, bagian *Public Relations* Pertamina RU II melakukan langkah-langkah pembersihan masalah. Saat demo terjadi, untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan tentunya bagian *Public Relations* Pertamina RU II juga melakukan koordinasi yang baik dengan pihak TNI dan Kepolisian, sehingga pihak tersebut turut mengamankan demo saat demo sedang berlangsung. Lalu mediasi pun dilakukan untuk menciptakan sikap saling pengertian. Lebih lanjut bagian *Public Relations* Pertamina RU II juga turut melakukan kerja sama dengan DPRD dan Legislatif setempat, lalu melakukan pertemuan dengan vendor penyedia tenaga kerja yang melakukan demo.

## **Komunikasi Krisis Demo Buruh Kontrak**

Dalam rapat manajemen, Supervisor General Affair yang membawahi bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning menegaskan kembali agar manajemen dan bagian-bagian serta bawahannya

memerhatikan dan lebih memahami kembali aturan-aturan ketenagakerjaan yang sudah ditetapkan, agar tidak terjadi lagi kesalahpahaman berikutnya. Lalu bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning juga melakukan komunikasi yang lebih aktif lagi kepada para pekerja kontraknya.

### **Bagian *Public Relations* Pertamina RU II dalam Memanajemen Krisis**

Sebelum demo terjadi, pihak SBSI kecamatan Bukit Batu yang merupakan pekerja kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning membuat pemberitahuan kepada pihak Kepolisian dan memberikan surat kepada perusahaan bahwa mereka akan melakukan demo. Lalu saat demo terjadi aktor intelektual demo melakukan orasi dan menyampaikan keluhan yang disampaikan melalui tuntutan-tuntutan terhadap Pertamina RU II Sungai Pakning. Merespon hal tersebut bagian *Public Relations* RU II Sungai Pakning melakukan mediasi, dalam mediasi Bagian *Public Relations* RU II Sungai Pakning menyampaikan bahwa apa yang mereka tuntut kalau memang bisa pasti akan dipenuhi, lalu aspirasi dan tuntutan pendemo akan ditampung dahulu yang kemudian akan disampaikan kepada pimpinan tertinggi. Lalu setelah demo, bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning tetap menjalin komunikasi yang aktif dengan vendor dan pekerja kontrak dibawah vendor

Buruh outsourcing melakukan demo terhadap Pertamina RU II Sungai Pakning karena mereka merasa ada hak yang harusnya layak untuk mereka dapatkan, salah satunya yaitu mereka ingin diangkat menjadi pekerja tetap, mereka ingin pendapatan yang setara dengan pekerja tetap. Menyikapi hal ini, bagian *Public Relations* kembali mengembalikan tuntutan mereka kepada undang-undang yang sudah berlaku.

Dalam mewujudkan pengendalian dan pencegahan terhadap hal-hal negatif saat demo berlangsung, bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning melakukan koordinasi yang baik dengan pihak kepolisian serta TNI, sehingga bilamana akan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan mereka akan siaga untuk mencegah hal tersebut supaya tidak terjadi.

### **Strategi Manajemen Krisis Demo Buruh Kontrak**

Untuk menciptakan lingkungan yang harmonis, bagian *Public Relations* Pertamina RU II melakukan pendekatan lebih dengan masyarakat lingkungan sekitar, salah satunya dengan mengundang masyarakat dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Pertamina RU II, disana mereka berbaur menjadi satu tanpa ada batasan atau bandingan jabatan. Lalu bagian Humas RU II turut menciptakan komunikasi dua arah yang efektif dengan buruh outsourcing, Humas akan terus melakukan peninjauan terhadap hak-hak normative yang belum dan layak untuk dipenuhi, Humas juga akan mengikuti perkembangan UMK, bila UMK berkembang naik Pertamina RU II akan memberikan UMK sesuai dengan perkembangan. Lalu bagian Humas RU II yang juga mengelola program-program CSR akan lebih mengintensifkan program-program CSR dan membuat program tersebut lebih tepat sasaran.

Dalam kasus demo buruh kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning, pendemo biasanya memberitahukan kepada pihak Kepolisian bahwa mereka akan melakukan demo, pemberitahuan dilakukan tiga hari atau seminggu sebelum melakukan demo. Pendemo yang merupakan anggota SBSI Kecamatan Buah Batu yang sekaligus juga merupakan pekerja kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning biasanya juga memberikan surat peringatan kepada perusahaan. Saat mereka melakukan pemberitahuan kepada pihak Kepolisian, Kepolisian tentunya juga akan lanjut memberitahukan kepada Pertamina RU II, disini koordinasi terjadi dan bagian *Public Relations* RU II melakukan persiapan.

Untuk mewujudkan pencegahan, setelah mendapatkan pemberitahuan bahwa akan ada demo, bagian *Public Relations* Pertamina RU II memetakan pimpinan atau aktor-aktor intelektual SBSI yang sekaligus buruh kontrak yang merencanakan untuk berdemo. Lalu pendekatan dilakukan dalam sebuah pertemuan, dalam pertemuan bagian *Public Relations* Pertamina RU II melakukan pembicaraan dari hati ke hati, pembicaraan lebih dilakukan ke arah persuasif untuk menciptakan komunikasi yang baik.

Saat demo terjadi, bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning tentunya tidak melakukan pengamanan sendirian, aparat Kepolisian dan TNI juga turut andil dalam mengamankan demo untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan, seperti tindakan anarkis, karena Pertamina merupakan objek vital nasional. Setelah pendemo menyampaikan tuntutan terhadap Pertamina RU II Sungai Pakning, bagian *Public Relations* RU II Sungai Pakning melakukan mediasi, dalam mediasi bagian *Public Relations* Pertamina RU II memberi penjelasan bahwa apa yang dituntut oleh pendemo kalau memang bisa pasti direalisasikan oleh Pertamina RU II. Pertamina RU II juga turut melakukan kerja sama dengan DPRD dan Legislatif setempat, lalu melakukan pertemuan dengan vendor penyedia tenaga kerja yang melakukan demo. Dalam pertemuan bagian *Public Relations* menarik kembali benang merah dari kasus demo yang telah terjadi.

### **Perkembangan Krisis Demo Buruh Kontrak dan Situasi Antara Pertamina RU II Sungai Pakning dengan Buruh Kontraknya**

Setelah demo, hubungan tetap terjalin antara bagian *Public Relations* RU II dengan pihak SBSI yang juga merupakan pekerja kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning, bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning selalu merespon hal-hal kecil atau apapun pertanyaan yang ditanyakan oleh pihak SBSI, dengan tujuan untuk menciptakan komunikasi yang baik. Lalu bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning juga melakukan komunikasi yang lebih aktif lagi kepada para pekerja kontraknya, untuk mencari perkembangan hak normatif yang belum terpenuhi. Dari internal sendiri, setelah mendapatkan krisis serupa yang terjadi hampir setiap tahunnya, dalam rapat manajemen Supervisor General Affair yang membawahi bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning selalu menegaskan kembali agar manajemen dan bagian-bagian serta bawahannya memerhatikan dan lebih memahami kembali aturan-aturan ketenagakerjaan yang sudah ditetapkan, agar tidak terjadi lagi kesalahpahaman berikutnya.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis uraikan dalam pembahasan sebelumnya terkait “Strategi Manajemen Krisis Bagian *Public Relations* Pertamina RU II dalam Menangani Demo Buruh Kontrak Daerah Sungai Pakning”. Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa;

- a. Krisis demo buruh kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning terjadi karena ketidakpahaman buruh kontrak terhadap undang-undang ketenagakerjaan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dari ketidakpahaman tersebut buruh kontrak membuat pandangan sendiri terhadap undang-undang dan menyatakan bahwa undang-undang dan Pertamina RU II Sungai Pakning tidak adil dalam menetapkan kebijakan. Hal ini juga dimanfaatkan oleh pengurus dan pimpinan SBSI Kecamatan Bukit Batu dengan menimbulkan provokasi tanpa memberi penjelasan lebih tentang apa yang sebenarnya yang dilanggar oleh Pertamina RU II Sungai Pakning. Menanggapi hal ini pihak Pertamina tentunya merasa tidak takut karena tidak bersalah karena telah menjalankan undang-undang dan peraturan perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- b. Saat demo terjadi bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning sudah melakukan koordinasi sebelumnya dengan aparat Kepolisian dan TNI, sehingga saat demo Aparat Kepolisian dan TNI senantiasa menjaga dan mencegah hal-hal yang tidak diinginkan dan situasi demo tentunya terkendali dengan aman dan kondusif, karena Pertamina merupakan Objek Vital Nasional. Saat demo bagian *Public Relations* melakukan mediasi dengan pihak pendemo yakni buruh kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning. Dalam mediasi bagian *Public Relations* Pertamina RU II menyampaikan bahwa apa yang mereka tuntut kalau bisa direalisasikan, nyatanya yang mereka tuntut tidak sesuai dengan undang-undang dan peraturan perusahaan yang berlaku.
- c. Untuk menangani lebih lanjut, setelah demo, bagian *Public Relations* Pertamina RU II melakukan pertemuan dengan legislative setempat dan vendor penyedia tenaga kerja kontrak Pertamina RU II Sungai Pakning. Dalam pertemuan pihak Pertamina menyampaikan bahwa apa yang dituntut oleh pendemo memang ada yang tidak boleh untuk diwujudkan karena tidak sesuai dengan peraturan perusahaan yang sudah ditetapkan. Bagian *Public Relations* Pertamina RU II Sungai Pakning juga melakukan pendekatan positif kepada aktor-aktor intelektual yang menggerakkan demo dengan tujuan menciptakan komunikasi yang baik dan menghilangkan kesalahpahaman yang ada antara Pertamina RU II Sungai Pakning.
- d. Buruh kontrak akhirnya mengerti dan sadar bahwa Pertamina merupakan lingkungan kerja mereka, Pertamina mempunyai manfaat bagi mereka, dan mereka juga sadar bahwa Pertamina memang sudah mengikuti peraturan dan undang-undang yang sudah ditetapkan, dan Pertamina juga sudah memenuhi hak-hak yang wajib yaitu hak normatif para pekerjanya. Dalam berbagai kegiatan, Pertamina RU II juga turut mengundang semua pekerjanya tanpa memandang status dan jabatan, dalam kegiatan tersebut semuanya berbaur menjadi satu. Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar, bagian *Public Relations* Pertamina RU II yang sekaligus mengelola program-program CSR akan lebih mengintensifkan program-program CSR dan membuat program tersebut lebih tepat sasaran.

## 3 Saran

### Saran Akademis

Saran bagi akademisi adalah agar dapat lebih menggali lagi mengenai strategi manajemen krisis terhadap penggunaannya dalam penelitian suatu krisis dengan cara banyak membaca buku yang membahas strategi manajemen krisis.

### Saran Praktis

Agar bagian *Public Relations* Pertamina RU II dapat lebih mengoptimalkan penggunaan TKO atau SOP dalam menjalankan manajemen krisis yakni tidak hanya menjalankan manajemen krisis berdasarkan pengalaman praktisi penjabat *Public Relations*.

#### Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, Alvinaro. 2008. *Pendekatan Praktis Menjadi Komunikator, Orator, Presenter dan Juru Kampanye. Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- [2] Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [3] Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- [4] Morrisian. 2008. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana
- [5] Fink, Steven. 1986. *Crisis Management Planning For The Inevitable*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- [6] Prayudi. 1998, *Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Menghadapi Krisis*. Fisip UPN "Veteran" Yogyakarta.
- [7] Ruslan, Rosady. 1999. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [8] Creswell, John W. 2009. *Research Design Pendekatan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [9] Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.