CITACONOMIA : Economic and Business Studies

Volume 5 No.3
ISSN: 2963-492x
The article is published with OpenAccess at:
https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex

MANAJEMEN KRITIS PUBLIC RELATIONS DALAM PENANGANAN KEBAKARAN KILANG MINYAK DUMAI: ANALISI STRATEGI KOMUNIKASI PT PERTAMINA (PERSERO)

Erlangga Ardy Saputra[1], Marwan Arif Hidayat[2], Julian Angga Saputra[3], Bayu Satyayoga Purwidyasmara[4]
[1,2,3]Universitas Slamet Riyadi, Surakarta
Email: ard48076@gmail.com

Abstrak: *Krisis Krisis merupakan situasi yang dapat mengancam reputasi organisasi dan menuntut respons komunikasi yang cepat serta efektif. Kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai menjadi perhatian publik karena memunculkan berbagai pemberitaan dan respons masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi krisis PT Pertamina (Persero) dengan menggunakan perspektif Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif analitis melalui studi dokumentasi dari media daring, pernyataan resmi perusahaan, dan komunikasi digital selama penanganan krisis. Analisis isi digunakan untuk mengkategorikan temuan berdasarkan strategi respons krisis dalam SCCT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertamina menerapkan kombinasi strategi diminish dan rebuild. Strategi diminish digunakan untuk menurunkan persepsi ancaman melalui penegasan kondisi terkendali dan minimnya korban, sedangkan strategi rebuild diwujudkan melalui tindakan korektif, koordinasi lintas pihak, serta komunikasi terbuka melalui media massa dan media sosial. Media digital berperan penting dalam mendukung efektivitas komunikasi krisis dengan penyebaran informasi cepat dan transparan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi krisis Pertamina sesuai prinsip SCCT, khususnya dalam meredam kepanikan publik dan memulihkan kepercayaan. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi krisis sektor energi serta menjadi referensi praktis bagi organisasi dalam merancang strategi komunikasi yang efektif.*

Kata Kunci: *Manajemen Krisis, Public Relations, Komunikasi Krisis, Reputasi Perusahaan, SCCT.*

PENDAHULUAN

The oil and gas industry is a strategic sector characterized by high operational risks, stemming from the processing of flammable materials, the use of high-pressure technology, and continuous production processes. These characteristics mean that any operational disruption has the potential to escalate into a crisis affecting worker safety, the community, the environment, and the company's business continuity. In this context, a fire at an oil refinery is not merely a technical issue; it can evolve into a communication crisis requiring the company to convey information rapidly, accurately, transparently, and responsibly to all stakeholders. In high-risk industries, effective crisis communication is a crucial factor in reducing uncertainty, preserving organizational legitimacy, and maintaining public trust throughout the crisis management process (Coombs, 2007; Coombs, 2015; Hapsari & Ananda, 2024).

As the national energy company, PT Pertamina (Persero) operates the Pertamina

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

International Refinery Dumai Unit in Riau Province, which plays a crucial role in processing crude oil into various fuel products. Designated as a vital national asset, any operational disruption at the refinery has the potential to impact energy distribution while simultaneously attracting public and media attention. In February 2025, a fire broke out at the Pertamina Dumai Refinery, preceded by a loud explosion that triggered panic among the community surrounding the operational area. The incident rapidly drew the attention of mass media and social media, sparking various speculations regarding the cause of the fire, environmental impacts, and the refinery's operational status. This situation demonstrates that in the digital era, information regarding a crisis spreads extremely quickly; consequently, companies are required to manage communications proactively, consistently, and based on facts to prevent the proliferation of misinformation and to maintain public trust (Jin et al., 2014; Hasanah & Destrity, 2024; Coombs & Tachkova, 2023).

In a crisis, an organization's success is determined not only by its ability to restore operational conditions, but also by the effectiveness of its communication strategy. Delayed, inconsistent, or lack of transparency in information has the potential to worsen public perception, increase public panic, and damage the company's reputation. Conversely, prompt, open, empathetic communication supported by accurate information can reduce uncertainty and strengthen organizational relationships with stakeholders. Various studies have shown that effective crisis communication contributes to reducing the negative impact of a crisis, increasing public trust, and accelerating the recovery of an organization's reputation. Research on crisis communication at PT Pertamina, the Plumpang Depot fire, and the implementation of organizational communication at the Pertamina Dumai Refinery also demonstrates the importance of information transparency, stakeholder mapping, and a systematic communication strategy in crisis management (Benoit, 1997; Coombs, 2007; Jin et al., 2014; Sulistyanto et al., 2020; Ugahari & Apriliani, 2024).

Nevertheless, a research gap remains. Most prior studies have primarily addressed crisis communication effectiveness in general, the application of Image Restoration Theory, or the implementation of Situational Crisis Communication Theory (SCCT) across various organizational contexts. Research concerning PT Pertamina has generally focused on public relations, organizational communication, or fire incidents other than the 2025 Dumai Refinery incident. Furthermore, there is limited research that specifically integrates crisis management stages, public relations communication strategies, and SCCT application to analyze corporate responses to fires at national vital assets—incidents that often escalate rapidly via digital media. Yet, the characteristics of crises in the digital era require organizations not only to manage operational aspects but also to simultaneously control information flow and public

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

perception (Coombs, 2007; Jayanto, 2025; Coombs & Tachkova, 2023).

Addressing this gap, this study aims to analyze the public relations crisis management strategies employed by PT Pertamina (Persero) in handling the 2025 fire at the Pertamina International Refinery—Dumai Unit. The study offers a novel contribution by integrating crisis management stages, public relations communication strategies, and Situational Crisis Communication Theory (SCCT) to evaluate the company's communication response during the crisis. The findings are expected to enrich the study of crisis communication within high-risk industries and provide practical recommendations for companies to develop more effective communication strategies thereby maintaining public trust, strengthening stakeholder relationships, and preserving organizational reputation amidst crisis situations (Coombs, 2015; Coombs & Tachkova, 2023).

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen Krisis dalam Public Relations

Manajemen krisis dikonstruksikan sebagai suatu proses sistematis yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi, mengantisipasi, merespons, dan memulihkan dampak krisis yang berpotensi mengganggu keberlangsungan organisasi. Dalam konteks Public Relations, manajemen krisis tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah operasional, tetapi juga pada upaya menjaga kepercayaan stakeholder, mempertahankan legitimasi organisasi, serta memulihkan reputasi perusahaan. Organisasi yang bergerak pada sektor berisiko tinggi, seperti industri minyak dan gas, dituntut memiliki sistem manajemen krisis yang mampu merespons kondisi darurat secara cepat, terkoordinasi, dan berbasis komunikasi yang efektif (Coombs, 2015; Sulistyanto et al., 2020).

Menurut Steven Fink, manajemen krisis terdiri atas empat tahapan, yaitu prodromal stage, acute stage, chronic stage, dan resolution stage, yang menggambarkan proses sejak munculnya tanda-tanda krisis hingga evaluasi pasca-krisis (Fink, 1986). Sejalan dengan itu, Ian I. Mitroff memandang manajemen krisis sebagai proses yang berkelanjutan mulai dari pencegahan, kesiapsiagaan, respons, hingga pembelajaran organisasi setelah krisis berakhir (Mitroff, 2005). Kedua pendekatan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan organisasi dalam menghadapi krisis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menangani insiden, tetapi juga oleh efektivitas pengelolaan komunikasi pada setiap tahapan krisis.

Dalam penelitian ini, manajemen krisis diposisikan sebagai kerangka konseptual untuk menganalisis bagaimana PT Pertamina (Persero) merencanakan, melaksanakan, dan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

mengevaluasi strategi komunikasi selama penanganan kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai tahun 2025.

Public Relations dalam Manajemen Krisis

Public Relations dikonstruksikan sebagai fungsi manajemen yang bertanggung jawab membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan para pemangku kepentingannya melalui komunikasi yang terencana. Dalam situasi krisis, fungsi Public Relations berkembang menjadi pengelola komunikasi strategis yang bertugas mengendalikan arus informasi, mengurangi ketidakpastian, serta menjaga kepercayaan publik terhadap organisasi (Coombs, 2015).

Perkembangan media digital menyebabkan komunikasi krisis berlangsung dalam lingkungan informasi yang sangat dinamis. Informasi mengenai suatu insiden dapat menyebar secara cepat melalui media daring maupun media sosial sehingga organisasi dituntut mampu memberikan informasi yang cepat, akurat, konsisten, dan transparan. Sebaliknya, keterlambatan ataupun inkonsistensi informasi dapat memicu penyebaran misinformasi, memperburuk persepsi publik, dan meningkatkan ancaman terhadap reputasi organisasi (Jin et al., 2014; Hasanah & Destrity, 2024).

Dalam konteks kebakaran Kilang Pertamina Dumai tahun 2025, peran Public Relations menjadi sangat penting karena perusahaan tidak hanya menghadapi penanganan operasional, tetapi juga tuntutan publik terhadap keterbukaan informasi, koordinasi dengan media, pemerintah, masyarakat, serta stakeholder lainnya. Oleh karena itu, Public Relations diposisikan sebagai aktor utama dalam mengelola komunikasi selama proses penanganan krisis.

Strategi Komunikasi Krisis

Strategi komunikasi krisis dikonstruksikan sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang dirancang untuk mengurangi ketidakpastian, memberikan informasi yang akurat, serta mempertahankan kepercayaan stakeholder selama organisasi menghadapi situasi krisis. Dalam perspektif komunikasi krisis, efektivitas strategi komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kecepatan penyampaian, konsistensi informasi, transparansi, serta empati organisasi terhadap pihak yang terdampak (Coombs, 2007; Coombs, 2015).

Strategi komunikasi krisis diwujudkan melalui berbagai bentuk komunikasi, seperti penyampaian pernyataan resmi, siaran pers, konferensi pers, media briefing, komunikasi internal, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi kepada publik.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Perkembangan media digital menjadikan media sosial sebagai instrumen penting dalam mengendalikan arus informasi sekaligus mengurangi penyebaran hoaks dan spekulasi selama krisis berlangsung (Jin et al., 2014).

Dalam penelitian ini, strategi komunikasi krisis dipahami sebagai bentuk respons komunikasi yang dilakukan PT Pertamina (Persero) selama penanganan kebakaran Kilang Dumai tahun 2025, yang dianalisis berdasarkan prinsip kecepatan, akurasi, konsistensi, transparansi, dan empati dalam penyampaian informasi kepada para pemangku kepentingan.

Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs dikonstruksikan sebagai teori yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi krisis dipengaruhi oleh persepsi stakeholder terhadap tingkat tanggung jawab organisasi atas krisis yang terjadi. Berdasarkan teori ini, organisasi perlu menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik krisis agar mampu meminimalkan ancaman terhadap reputasi serta mempertahankan kepercayaan publik (Coombs, 2007; Coombs, 2015).

SCCT mengelompokkan krisis ke dalam tiga kategori utama, yaitu victim cluster, accidental cluster, dan preventable cluster. Masing-masing kategori memiliki tingkat atribusi tanggung jawab yang berbeda sehingga membutuhkan strategi komunikasi yang berbeda pula. Selain mengklasifikasikan jenis krisis, SCCT juga mengelompokkan strategi respons organisasi ke dalam deny strategy, diminish strategy, dan rebuild strategy. Sebelum menerapkan strategi tersebut, organisasi dianjurkan untuk memberikan instructing information dan adjusting information guna memenuhi kebutuhan informasi publik serta menunjukkan kepedulian terhadap pihak yang terdampak (Coombs, 2007; Coombs & Tachkova, 2023).

Dalam konteks penelitian ini, SCCT digunakan sebagai landasan analisis untuk mengidentifikasi kategori krisis yang dihadapi PT Pertamina (Persero), mengevaluasi strategi komunikasi yang diterapkan selama kebakaran Kilang Dumai tahun 2025, serta menganalisis kesesuaian strategi tersebut dengan persepsi tanggung jawab organisasi dan upaya mempertahankan reputasi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui studi dokumentasi untuk menganalisis strategi manajemen krisis Public Relations PT Pertamina (Persero) dalam penanganan kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Dumai tahun 2025. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman secara mendalam mengenai respons komunikasi perusahaan selama krisis berdasarkan makna, konteks, dan pola komunikasi yang ditampilkan organisasi. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh melalui penelusuran dokumen, meliputi siaran pers resmi PT Pertamina (Persero), publikasi pada situs web resmi perusahaan, pemberitaan media daring nasional, unggahan media sosial resmi perusahaan, serta dokumen pendukung lain yang berkaitan dengan peristiwa kebakaran Kilang Dumai. Proses pengumpulan data dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan kredibilitas sumber, relevansi terhadap fokus penelitian, serta kesesuaian periode pengamatan, yaitu sejak terjadinya insiden pada Februari hingga tahap awal pemulihan komunikasi perusahaan pada Maret 2025. Pendekatan studi dokumentasi dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang komprehensif mengenai strategi komunikasi organisasi yang telah dipublikasikan kepada masyarakat (Creswell, 2014; Bowen, 2009).

Analisis penelitian dilakukan menggunakan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menginterpretasikan pesan komunikasi yang disampaikan PT Pertamina (Persero) selama proses penanganan krisis. Proses analisis meliputi reduksi data, kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Kategorisasi data disusun berdasarkan konsep manajemen krisis dan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), meliputi identifikasi jenis krisis, tingkat atribusi tanggung jawab organisasi, serta strategi respons krisis yang diterapkan perusahaan, seperti *deny strategy*, *diminish strategy*, dan *rebuild strategy*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengevaluasi kesesuaian strategi komunikasi perusahaan dengan prinsip-prinsip komunikasi krisis dalam mempertahankan kepercayaan publik dan reputasi organisasi (Coombs, 2007; Coombs, 2015; Krippendorff, 2013).

Fenomena komunikasi krisis pada penelitian ini juga dianalisis melalui perspektif Public Relations dengan menitikberatkan pada bentuk respons komunikasi perusahaan kepada berbagai pemangku kepentingan selama kebakaran Kilang Dumai tahun 2025. Analisis difokuskan pada penyampaian pernyataan resmi, siaran pers, pemanfaatan media sosial, serta pola komunikasi perusahaan kepada masyarakat dan media massa sebagai bagian dari strategi pengelolaan krisis. Selain itu, penelitian mengidentifikasi bagaimana pesan-pesan komunikasi dibangun untuk mengurangi ketidakpastian, mengendalikan penyebaran informasi, serta menjaga kepercayaan publik terhadap perusahaan selama berlangsungnya krisis. Dengan demikian, analisis tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga pada kesesuaian strategi komunikasi dengan karakteristik krisis yang dihadapi organisasi (Coombs, 2007; Coombs, 2015).

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Untuk meningkatkan kredibilitas temuan, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai dokumen, seperti pemberitaan media massa, siaran pers resmi perusahaan, situs web resmi, dan media sosial PT Pertamina (Persero). Seluruh data dianalisis secara sistematis menggunakan analisis isi sehingga menghasilkan interpretasi yang komprehensif mengenai strategi komunikasi krisis perusahaan. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai implementasi manajemen krisis Public Relations PT Pertamina (Persero) dalam penanganan kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai tahun 2025 serta memperkaya kajian komunikasi krisis pada industri berisiko tinggi (Bowen, 2009; Creswell, 2014; Krippendorff, 2013).

HASIL PENELITIAN

Implementasi Strategi Diminish dalam Respons Awal Krisis

Hasil analisis menunjukkan bahwa PT Pertamina (Persero) mengimplementasikan strategi diminish pada fase awal penanganan kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai tahun 2025. Strategi tersebut diwujudkan melalui penyampaian informasi yang menekankan bahwa kondisi kebakaran masih berada dalam kendali perusahaan serta tidak menimbulkan korban jiwa. Organisasi juga mengomunikasikan bahwa tim tanggap darurat telah dikerahkan untuk melakukan pemadaman dan mengisolasi area terdampak guna mencegah meluasnya kebakaran ke fasilitas operasional lainnya. Selain itu, masyarakat diimbau untuk tetap tenang dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang belum terverifikasi.

Dalam perspektif Situational Crisis Communication Theory (SCCT), pola komunikasi tersebut menunjukkan upaya organisasi untuk mengurangi persepsi publik terhadap tingkat keparahan krisis (perceived crisis severity) sekaligus menekan atribusi tanggung jawab yang berlebihan kepada perusahaan. Penyampaian informasi mengenai kondisi yang terkendali menjadi bentuk komunikasi yang bertujuan meredam kepanikan masyarakat serta mengurangi ketidakpastian pada tahap awal krisis (Coombs, 2007; Coombs, 2015).

Implementasi Strategi Rebuild dalam Pemulihan Kepercayaan Publik

Selain menerapkan strategi diminish, hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pertamina (Persero) juga mengimplementasikan strategi rebuild sebagai bagian dari upaya pemulihan reputasi organisasi. Strategi ini ditunjukkan melalui penyampaian berbagai tindakan korektif yang dilakukan perusahaan setelah insiden terjadi, seperti pengaktifan prosedur tanggap darurat, pengamanan lokasi kejadian, koordinasi dengan pemerintah daerah

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

dan aparat terkait, serta penyampaian informasi bahwa operasional utama kilang tetap berjalan secara aman.

Implementasi strategi rebuild tidak hanya diwujudkan melalui klarifikasi informasi, tetapi juga melalui komunikasi mengenai tindakan nyata yang dilakukan perusahaan dalam menangani dampak krisis. Penyampaian berbagai langkah pemulihan tersebut menunjukkan komitmen organisasi dalam menjaga keselamatan masyarakat sekaligus membangun kembali kepercayaan stakeholder. Berdasarkan SCCT, respons tersebut mencerminkan strategi komunikasi yang berorientasi pada pemulihan reputasi melalui penegasan tanggung jawab organisasi dan pelaksanaan tindakan perbaikan secara nyata (Coombs, 2007; Coombs, 2015).

Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Komunikasi Krisis

Hasil observasi terhadap komunikasi perusahaan menunjukkan bahwa media sosial dan kanal digital resmi dimanfaatkan sebagai media utama dalam menyampaikan informasi selama proses penanganan krisis. Informasi yang dipublikasikan berisi perkembangan kondisi kebakaran, langkah-langkah mitigasi yang dilakukan perusahaan, serta penegasan bahwa keselamatan pekerja dan masyarakat menjadi prioritas utama. Perusahaan juga menyampaikan bahwa koordinasi terus dilakukan bersama pemerintah, aparat, dan pihak terkait untuk memastikan situasi tetap terkendali.

Pemanfaatan media digital menunjukkan bahwa komunikasi krisis tidak hanya dilakukan melalui media massa konvensional, tetapi juga diarahkan pada penyebaran informasi secara cepat kepada publik melalui platform digital. Strategi ini berfungsi untuk mengurangi penyebaran spekulasi dan misinformasi sekaligus memperkuat akses masyarakat terhadap informasi resmi perusahaan. Dalam perspektif SCCT, pola komunikasi tersebut sejalan dengan konsep adjusting information, yaitu penyampaian informasi yang membantu publik memahami situasi krisis, mengurangi ketidakpastian, serta mempertahankan kepercayaan terhadap organisasi (Coombs, 2007; Jin et al., 2014).

Hasil Analisis Strategi Komunikasi Krisis Berdasarkan SCCT

Analisis isi terhadap berbagai dokumen komunikasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi PT Pertamina (Persero) selama penanganan kebakaran Kilang Dumai didominasi oleh kombinasi strategi diminish dan rebuild. Strategi diminish lebih banyak diterapkan pada tahap awal melalui penyampaian informasi mengenai kondisi yang telah terkendali, tidak adanya korban jiwa, serta imbauan kepada masyarakat untuk tetap tenang. Sementara itu, strategi rebuild diwujudkan melalui komunikasi mengenai tindakan korektif perusahaan,

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

koordinasi dengan berbagai pemangku kepentingan, pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi resmi, serta penegasan bahwa operasional utama tetap berlangsung secara aman. Dinamika komunikasi krisis dalam konteks krisis siber dianalisis melalui kontestasi narasi antara otoritas resmi organisasi dan publik digital yang terfragmentasi. Dalam situasi ini, fungsi komunikasi korporat diidentifikasi sebagai *gatekeeper* yang berperan dalam mengelola arus informasi melalui produksi pesan resmi yang terstruktur. Namun, dominasi narasi organisasi ditemukan mengalami erosi ketika dihadapkan pada kekuatan media sosial yang memungkinkan publik untuk memproduksi dan menyebarkan informasi secara mandiri. Dalam konteks gangguan sistem pada Bank Syariah Indonesia, narasi awal yang terbatas memicu munculnya interpretasi alternatif dari publik yang berkembang secara cepat di ruang digital (Coombs, 2015).

Otoritas komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah mengalami pergeseran menuju pola komunikasi yang lebih dialogis dan tidak terkendali. Publik digital diposisikan sebagai aktor aktif yang tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga memproduksi makna terhadap krisis yang terjadi. Fenomena ini memperlihatkan bahwa legitimasi informasi tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh organisasi, melainkan oleh proses validasi sosial yang terjadi di media digital. Penilaian publik terhadap krisis sering kali dibentuk oleh kecepatan respons dan persepsi transparansi, yang dalam banyak kasus berada di luar kendali penuh organisasi (Heath & O'Hair, 2020; Schnackenberg & Tomlinson, 2016).

Implementasi Transparansi Bertahap dan Validasi Informasi

Strategi transparansi dalam krisis siber diimplementasikan sebagai proses bertahap yang disesuaikan dengan perkembangan informasi. Transparansi tidak langsung diwujudkan dalam bentuk keterbukaan penuh, melainkan dimulai dari penyampaian informasi dasar yang kemudian dikembangkan seiring dengan ketersediaan data yang lebih akurat. Dalam kasus Bank Syariah Indonesia, klarifikasi yang diberikan pada tahap lanjutan berfungsi sebagai upaya untuk mengoreksi persepsi publik yang telah terbentuk sebelumnya akibat keterbatasan informasi awal.

Validasi informasi dilakukan melalui penyampaian penjelasan yang lebih komprehensif terkait penyebab gangguan sistem serta langkah-langkah pemulihan yang dilakukan oleh organisasi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengalihkan perhatian publik dari spekulasi menuju fakta yang dapat dipertanggungjawabkan. Namun demikian, efektivitas transparansi tidak hanya ditentukan oleh isi informasi, tetapi juga oleh cara penyampaiannya. Informasi yang bersifat teknis perlu disederhanakan agar dapat dipahami oleh publik tanpa

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

mengurangi akurasi substansinya (Schnackenberg & Tomlinson, 2016).

Meskipun transparansi bertahap mampu mengurangi ketidakpastian, risiko kesenjangan informasi tetap diidentifikasi, terutama pada fase awal krisis. Ketidaksesuaian antara ekspektasi publik terhadap keterbukaan dan keterbatasan informasi yang dimiliki organisasi berpotensi memperburuk persepsi. Oleh karena itu, transparansi perlu diintegrasikan dengan strategi komunikasi yang konsisten dan berkelanjutan agar dapat membangun kembali kepercayaan publik secara bertahap (Coombs, 2015).

Tabel 1. Hasil Coding Strategi Komunikasi Krisis PT Pertamina (Persero)

NO	TEMUAN	INDIKATOR SCCT	KATEGORI
1.	Perusahaan menyampaikan bahwa situasi kebakaran berhasil dikendalikan dan tidak menyebar ke fasilitas lain	Diminish	Mengurangi persepsi ancaman
2.	Pernyataan bahwa tidak terdapat korban jiwa	Diminish	Menurunkan persepsi tingkat keparahan krisis
3.	Imbauan kepada masyarakat agar tidak panik	Diminish	Menenangkan publik
4.	Tim tanggap darurat dan pemadam kebakaran segera dikerahkan ke lokasi kejadian	Rebuild	Tindakan korektif
5.	Pengamanan area kejadian pascakebakaran	Rebuild	Pencegahan risiko lanjutan
6.	Koordinasi dengan pemerintah daerah dan aparat	Rebuild	Menunjukkan tanggung jawab organisasi
7.	Penyampaian informasi melalui media dan kanal digital resmi	Rebuild	Pemulihan kepercayaan publik
8.	Penegasan bahwa operasional utama tetap aman	Rebuild	Menjaga reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pertamina (Persero) lebih dominan menerapkan kombinasi strategi *diminish* dan *rebuild* dalam merespons kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai tahun 2025. Strategi *diminish* digunakan untuk meredam kepanikan publik pada fase awal krisis, sedangkan strategi *rebuild* diterapkan melalui komunikasi mengenai tindakan korektif, koordinasi lintas lembaga, serta penyampaian informasi secara berkelanjutan melalui berbagai kanal komunikasi resmi. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi perusahaan secara umum telah selaras dengan rekomendasi *Situational Crisis Communication Theory* dalam menghadapi krisis yang berpotensi mengancam reputasi organisasi (Coombs, 2007; Coombs, 2015)

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Penerapan Strategi Komunikasi Krisis Berdasarkan Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pertamina menerapkan kombinasi strategi diminish dan rebuild dalam menangani krisis kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai. Strategi diminish terlihat dari upaya perusahaan menyampaikan bahwa situasi masih dapat dikendalikan, tidak terdapat korban jiwa, serta mengimbau masyarakat untuk tetap tenang selama proses penanganan berlangsung. Sementara itu, strategi rebuild ditunjukkan melalui tindakan korektif berupa pengerahan tim tanggap darurat, pengamanan area terdampak, koordinasi dengan berbagai pihak, serta penyampaian informasi secara berkelanjutan kepada publik.

Temuan tersebut sejalan dengan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikembangkan oleh Coombs (2007). Menurut Coombs, strategi diminish digunakan ketika organisasi berupaya mengurangi persepsi publik mengenai tingkat tanggung jawab dan dampak krisis. Dalam kasus kebakaran Kilang Dumai, Pertamina berusaha menenangkan publik dengan menegaskan bahwa situasi telah terkendali dan tidak menimbulkan korban jiwa. Langkah tersebut bertujuan untuk mengurangi kepanikan masyarakat sekaligus mencegah berkembangnya persepsi negatif terhadap perusahaan.

Selain itu, dominasi strategi rebuild menunjukkan bahwa Pertamina tidak hanya berfokus pada pengurangan persepsi ancaman, tetapi juga berupaya memulihkan kepercayaan publik. Menurut Coombs (2007), strategi rebuild umumnya diterapkan ketika organisasi perlu menunjukkan tanggung jawab, kepedulian, dan komitmen untuk memperbaiki dampak yang ditimbulkan oleh krisis. Upaya yang dilakukan Pertamina melalui tindakan korektif dan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

komunikasi terbuka mencerminkan penerapan prinsip tersebut.

b. Peran Komunikasi Digital dalam Pengelolaan Krisis

Penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial dan kanal digital resmi perusahaan menjadi instrumen penting dalam komunikasi krisis. Informasi mengenai perkembangan situasi, langkah mitigasi, dan kondisi operasional disampaikan secara berkelanjutan melalui platform digital perusahaan. Pemanfaatan media digital memungkinkan perusahaan menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan langsung kepada publik.

Temuan ini mendukung pandangan Coombs (2015) yang menyatakan bahwa media digital memiliki peran strategis dalam manajemen krisis modern karena memungkinkan organisasi mengendalikan arus informasi serta mengurangi penyebaran rumor dan disinformasi. Dalam kasus Kilang Dumai, penggunaan media sosial membantu Pertamina memberikan klarifikasi resmi sehingga publik memperoleh informasi yang bersumber langsung dari perusahaan.

Selain itu, komunikasi digital yang dilakukan Pertamina juga menunjukkan penerapan adjusting information, yaitu penyampaian informasi yang bertujuan membantu publik memahami situasi krisis dan mengurangi ketidakpastian. Informasi mengenai proses penanganan, keselamatan pekerja, dan kondisi operasional menjadi bentuk komunikasi yang membantu masyarakat memperoleh kepastian atas kondisi yang terjadi.

c. Perbandingan Temuan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Rahmawati et al. (2024) yang menemukan bahwa keberhasilan komunikasi krisis sangat dipengaruhi oleh kecepatan penyampaian informasi dan transparansi organisasi dalam merespons krisis. Dalam kasus Kilang Dumai, Pertamina juga menunjukkan pola komunikasi yang berorientasi pada penyampaian informasi secara cepat guna mengurangi spekulasi yang berkembang di masyarakat.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sulistyanto et al. (2020) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi krisis yang efektif tidak hanya berfokus pada perlindungan reputasi organisasi, tetapi juga pada upaya membangun kembali kepercayaan publik melalui tindakan nyata. Hal tersebut terlihat pada langkah-langkah korektif yang dilakukan Pertamina setelah insiden kebakaran terjadi.

Namun demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu yang lebih banyak menyoroti krisis pada sektor jasa, maskapai penerbangan, atau

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

perusahaan komersial. Penelitian ini berfokus pada sektor energi yang memiliki tingkat risiko operasional tinggi serta dampak sosial yang lebih luas terhadap masyarakat sekitar. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai penerapan SCCT dalam konteks Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang energi.

d. Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dalam menjelaskan strategi komunikasi organisasi pada kasus krisis industri energi. Temuan menunjukkan bahwa kombinasi strategi diminish dan rebuild dapat digunakan secara bersamaan untuk mengurangi persepsi ancaman sekaligus memulihkan reputasi organisasi.

Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi perusahaan yang bergerak di sektor energi dan industri berisiko tinggi agar mengutamakan kecepatan, konsistensi, dan transparansi informasi selama masa krisis. Selain itu, pemanfaatan media digital perlu dioptimalkan sebagai sarana komunikasi langsung dengan publik guna mengurangi penyebaran informasi yang tidak terverifikasi.

Dengan demikian, keberhasilan komunikasi krisis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam menangani dampak operasional krisis, tetapi juga oleh kemampuannya dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang tepat

KESIMPULAN

Strategi komunikasi krisis PT Pertamina (Persero) dalam penanganan kebakaran Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai tahun 2025 menunjukkan bahwa penerapan kombinasi strategi *diminish* dan *rebuild* berperan penting dalam mengelola persepsi publik serta menjaga reputasi organisasi selama krisis berlangsung. Pada fase awal, strategi *diminish* digunakan untuk meredam kepanikan melalui penyampaian informasi bahwa kondisi kebakaran telah terkendali dan tidak menimbulkan korban jiwa. Selanjutnya, strategi *rebuild* diimplementasikan melalui komunikasi mengenai tindakan korektif, koordinasi dengan berbagai pemangku kepentingan, serta penyampaian informasi secara berkelanjutan melalui media resmi perusahaan. Kombinasi kedua strategi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi krisis tidak hanya bergantung pada kecepatan penyampaian informasi, tetapi juga pada kemampuan organisasi membangun kembali kepercayaan publik melalui komunikasi yang konsisten, akurat, dan bertanggung jawab.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dalam menjelaskan strategi komunikasi organisasi pada industri berisiko tinggi, khususnya sektor minyak dan gas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi perlu disesuaikan dengan karakteristik krisis dan persepsi publik terhadap tanggung jawab organisasi. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menunjukkan bahwa integrasi antara strategi *diminish*, *rebuild*, dan pemanfaatan media digital mampu mendukung proses pengelolaan krisis secara lebih komprehensif. Temuan tersebut menegaskan bahwa komunikasi krisis tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mempertahankan legitimasi organisasi dan mempercepat pemulihan reputasi.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital telah menjadi elemen penting dalam komunikasi krisis modern. Pemanfaatan situs web dan media sosial resmi memungkinkan perusahaan menyampaikan informasi secara cepat, mengurangi penyebaran spekulasi, serta menjaga akses publik terhadap informasi yang valid. Dalam konteks krisis pada objek vital nasional, kemampuan organisasi dalam mengelola komunikasi digital secara konsisten menjadi faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat dan berbagai pemangku kepentingan di tengah tingginya perhatian publik terhadap peristiwa yang terjadi.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi dokumentasi dengan sumber data sekunder yang berfokus pada satu kasus, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan pada seluruh konteks krisis industri energi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan yang lebih beragam, seperti wawancara mendalam dengan praktisi Public Relations, observasi lapangan, maupun analisis sentimen media sosial untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi komunikasi krisis. Selain itu, penelitian mendatang dapat mengembangkan analisis terhadap berbagai jenis krisis pada sektor energi maupun industri berisiko tinggi lainnya sehingga dapat memperkaya pengembangan teori komunikasi krisis serta praktik manajemen krisis organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. Public Relations Review, 23(2), 177–186. https://doi.org/10.1016/S0363-8111(97)90023-0

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. Qualitative Research Journal, 9(2), 27–40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. Corporate Reputation Review, 10(3), 163–176. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049

Coombs, W. T. (2015). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (4th ed.). Sage Publications.

Coombs, W. T., & Tachkova, E. R. (2023). Integrating moral outrage in situational crisis communication theory: A triadic appraisal model for crises. Management Communication Quarterly, 37(4). https://doi.org/10.1177/08933189221151177

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Sage Publications.

Hasanah, F., & Destrity, N. A. (2024). From awareness to risk prevention: Developing messages for crisis communication during pandemics and infodemics. Jurnal Komunikasi, 19(1). https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol19.iss1.art1

Hapsari, G. K., & Ananda, A. R. (2024). Systemic drivers of effective crisis communication: A narrative review across contexts. Communica: Journal of Communication, 2(2). https://doi.org/10.61978/communica.v2i2.645

Jayanto, D. D. (2025). Moral outrage, sticky crisis, dan strategi komunikasi krisis Pertamina: Studi kasus skandal korupsi dan pengoplosan BBM. Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi. https://doi.org/10.21009/COMM.034.01

Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. L. (2014). Examining the role of social media in effective crisis management. Communication Research, 41(1), 74–94. https://doi.org/10.1177/0093650211423918

Krippendorff, K. (2013). Content analysis: An introduction to its methodology (3rd ed.). Sage Publications.

Rahmawati, A., Pratiwi, M., & Yusa, M. Y. (2024). Navigating turbulence: Analyzing the crisis response of Sriwijaya Air using situational crisis communication theory. CHANNEL: Jurnal Komunikasi, 12(1), 84–93. https://doi.org/10.12928/channel.v12i1.366

Sulistyanto, A., Usmar, U., & Hermiyetti, H. (2020). Model of crisis communication management in the perspective of situational crisis communication theory. Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, 5(2), 232–242. https://doi.org/10.25008/jkiski.v5i2.408

Ugahari, G. A. A., & Apriliani, R. (2024). Analisis situational crisis communication theory (SCCT) pada strategi komunikasi krisis brand Erspo. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi. https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.5362

Wulandari, S. R., Noviani, A., Fitrianti, A. N., Putrinita, C. P., & Hutapea, M. R. R. (2026). Analysis of Aqua's crisis communication in the "drilled wells" issue: SCCT perspective. Asian Journal of Social and Humanities. https://doi.org/10.59888/ajosh.v4i6.689

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.