

MEDIA, KOMUNIKASI, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

"Tantangan dan Peluangnya dalam Pengembangan
Sumber Daya Manusia Di Era Globalisasi"

BUNGA RAMPAI: MEDIA, KOMUNIKASI, TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI



Penerbit HALIMA
Jl. Denki Selatan V No. 20
Bandung



Editor:
C. Suprapti Dwi Takariani, SH., M.Si.
Didit Praditya, ST., MT.
Lia Puspitasari, S.IP., M.P.P.

ISBN: 978-623-91194-2-3

**BUNGA RAMPAI:
MEDIA, KOMUNIKASI,
TEKNOLOGI INFORMASI DAN
KOMUNIKASI**

“Tantangan dan Peluangnya
dalam Pengembangan
Sumber Daya Manusia
Di Era Globalisasi”

Editor:

C. Suprapti Dwi Takariani, SH., M.Si.
Didit Praditya, ST., MT.
Lia Puspitasari, S.IP., M.P.P.

**BUNGA RAMPAI:
MEDIA, KOMUNIKASI,
TEKNOLOGI INFORMASI DAN
KOMUNIKASI**

“Tantangan dan Peluangnya
dalam Pengembangan
Sumber Daya Manusia
Di Era Globalisasi”

Editor:

C. Suprapti Dwi Takariani, SH., M.Si.
Didit Praditya, ST., MT.
Lia Puspitasari, S.IP., M.P.P.

Penerbit HALIMA

Anggota IKAPI KTA No. 275/JB/2015

DAFTAR ISI

Pengantar	v
Daftar Isi	vii
KOMUNIKASI PUBLIK YANG BERWAWASAN BUDAYA LOKAL DAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DI PURWAKARTA Aat Ruchiat Nugraha, Evi Novianti, Lukiat Komala Erdinaya, Kokom Komariah	1
VARIABEL KOMPETENSI DIGITAL PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH Diana Sari, Didit Praditya	15
MEDIA SOSIAL DALAM PEMBERDAYAAN SDM PEREMPUAN DI INDUSTRI KREATIF Rieka Mustika	35
STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS HADAPI TEMUAN PAPARAN RADIASI DALAM PERSPEKTIF <i>PUBLIC RELATIONS</i> I. Aeni Muharromah	45
MEDIA SOSIAL DAN <i>PUBLIC RELATION</i> DARING PEMERINTAH Dudi Rustandi.....	57
TRANSFORMASI PENDEKATAN KOMUNIKASI PUBLIK PADA HUMAS PEMERINTAH DI ERA DIGITAL Syarif Budhirianto	65
PERAN HUMAS PEMERINTAH MENGHADAPI HIPERREALITAS DISINFORMASI Dida Dirgahayu	75
PRAKTIK JURNALISME ERA DIGITAL Djoko Waluyo, Serepina Tiur Maida.....	65
CV Penulis	93

Pengantar

Inovasi dalam bidang teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) saat ini telah maju sangat pesat dan di masa depan masih menjanjikan pengalaman baru yang tidak terbayangkan oleh manusia. Perkembangannya menjadi salah satu ciri sekaligus pemantik era globalisasi, di mana manusia menikmati pelbagai kemudahan dalam berkomunikasi, mendapatkan informasi dan melaksanakan kegiatan sehari-hari melalui berbagai teknologi digital seperti platform internet, media sosial dan perangkat seluler. Selain bidang komunikasi, perkembangan tersebut juga membawa rantai perubahan di berbagai bidang kehidupan masyarakat modern, seperti bisnis, perdagangan, layanan jasa, hiburan, riset, pendidikan, budaya, bidang pemerintahan dan lain sebagainya.

Menghadapi era globalisasi yang terkoneksi secara digital tentunya dibutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas agar mampu berkompetisi dengan manusia lainnya dari seluruh negara. Mau tidak mau manusia akan bersinggungan dan menggunakan teknologi agar tidak tergilas dalam perubahan era tersebut. Namun, hubungan antara TIK dan SDM bersifat resiprokal. TIK memang berperan besar dalam perubahan kehidupan manusia sehari-hari, tetapi SDM adalah salah satu faktor kunci dalam ekspansi TIK. Sebuah negara dengan modal SDM yang besar dan menunjukkan peningkatan kompetensi yang tinggi mengalami pertumbuhan output yang lebih cepat dalam industri TIK daripada negara lain.

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI sebagai leading sector bidang komunikasi dan informatika telah menggulirkan berbagai macam program pengembangan SDM bidang TIK, seperti program *Digital Talent Scholarship* (DTS), yakni program pemberian beasiswa untuk masyarakat, yang tujuan utamanya adalah meningkatkan kemampuan masyarakat khususnya di bidang TIK sehingga akan didapatkan SDM yang tidak hanya mampu bersaing sebagai tenaga kerja biasa, tetapi juga menjadi motor penggerak industri TIK.

Selain peningkatan kompetensi dan keahlian SDM melalui pendidikan, pelatihan, penyediaan sarana dan prasarana yang mendukung dan memadai, hal yang tidak kalah penting dalam menyikapi perkembangan TIK tentunya adalah tingkat literasi digital masyarakat. Hal ini sangat penting agar masyarakat dapat menyaring informasi yang benar atau informasi yang tidak benar (disinformasi) yang sudah tidak terhitung

lagi jumlahnya dan meluas dengan cepat. Di sinilah peran literasi digital menghindarkan masyarakat dari dampak negatif masifnya perkembangan TIK. Literasi digital juga wajib dimiliki agar masyarakat dapat memilih dan memfungsikan sebuah teknologi digital dengan tepat untuk meraih manfaat sebesar-besarnya dari teknologi tersebut, baik di dunia kerja, pendidikan, maupun pemerintahan.

Bagaimana pemerintah, masyarakat, individu maupun profesi-profesi tertentu mempersiapkan talenta SDM di bidang TIK menghadapi perubahan, tantangan, tuntutan, peluang serta dampak yang ditimbulkan di era digital ini dibahas dalam Bunga Rampai edisi tahun 2020 ini. Kami harap Bunga Rampai ini tidak hanya memberikan wawasan, tetapi juga dapat memancing analisis kritis pembaca terhadap isu-isu yang disajikan.

Editor,

STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS HADAPI TEMUAN PAPARAN RADIASI DALAM PERSPEKTIF *PUBLIC RELATIONS*

I. Aeni Muharromah

Pusat Diseminasi dan Kemitraan, Badan Tenaga Nuklir Nasional

Jalan Lebak Bulus Raya no 49 Jakarta Selatan, Indonesia

Email: aeni@Batan.go.id Hp.: 08789205351

Abstrak. Strategi Komunikasi Krisis Hadapi Temuan Paparan Radiasi Dalam Perspektif Public Relations, tulisan ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi krisis dilakukan dalam menghadapi insiden temuan paparan radiasi awal tahun 2020, isu terkait nuklir sangat menarik sehingga pemberitaan paparan radiasi marak seketika dan dalam situasi krisis kecepatan respon dalam menanggapi dan memberikan informasi akan memengaruhi kepercayaan publik. Krisis dapat terjadi dan merupakan pilihan yang tak dapat dihindari. Humas dan manajemen Batan harus dapat menyediakan dan mengoptimalkan setiap saluran komunikasi termasuk medsos dengan transparan. Metode yang digunakan berjenis analisis deskriptif metode kualitatif dalam studi kasus, dengan menganalisis berbagai media massa periode Januari-akhir Februari 2020, press release, pernyataan kabiros humas Batan-Bapeten, medsos resmi, dan penelusuran informasi studi literatur. Manajemen krisis harus menggunakan strategi untuk dapat mengendalikan situasi. Apa yang telah dilakukan manajemen dan humas dapat menentukan citra organisasi dalam situasi krisis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa BATAN cukup responsif memanfaatkan seluruh saluran komunikasi, terbuka, dengan memanfaatkan situasi krisis sebagai momentum membangun perbaikan citra organisasi.

Kata Kunci: komunikasi krisis, strategi komunikasi krisis, perspektif *public relations*

PENDAHULUAN

Bapeten melakukan pengukuran radiasi lingkungan secara rutin di wilayah Pamulang, Muncul, Serpong dan stasiun kereta Serpong, alat monitor radiasi lingkungan tidak mengindikasikan adanya paparan di luar batas ambang untuk wilayah Pamulang, Setu, Puspiptek kawasan nuklir Serpong. Namun alat deteksi berbunyi ketika mobil moni (monitoring lingkungan) memasuki wilayah perumahan Batan Indah. Artinya alat tersebut mendeteksi paparan radiasi yang berlebih.

Sejak saat itu pemberitaan seperti menyerbu radiasi tersebut sehingga Batan dan Bapeten sebagai lembaga yang mengontrol dan mengawasi kegiatan pemanfaatan iptek nuklir mengalami krisis. Tidak dapat dipungkiri bahwa

sesuatu terkait dengan radiasi atau nuklir sangat sensitif karena paradigma masyarakat tidak terlepas dari peristiwa cherenobil - Fukusima, lebih jauh lagi dengan bom atom Nagasaki dan Hirosima.

Nova mengatakan bahwa setiap organisasi, termasuk korporasi dan institusi bisnis lainnya, rentan terhadap krisis. Krisis merupakan suatu peristiwa yang kehadirannya dapat membahayakan atau mengancam citra, reputasi, stabilitas keuangan suatu organisasi, bahkan mengancam keberlangsungan hidup organisasi (Nova, 2009).

Insiden di atas, membukakan pintu beragam pemberitaan mengingat tidak semua jurnalis memiliki pemahaman yang baik terkait dengan radiasi atau nuklir sehingga ketika membingkai peristiwa unsur subjektif pengetahuan jurnalis sangat dapat memengaruhi konten yang akan diberitakan.

Di sisi lain, tingkat ketersediaan informasi yang dibutuhkan oleh awak media sebagai sumber informasi dari awal hingga proses perkembangannya tidak tersedia dengan cepat. Bila hal ini terjadi ketika sumber informasi yang memadai yang diperlukan jurnalis tidak tersedia maka organisasi bisa mengalami kerugian ketika berita yang keluar tidak sesuai harapan. Prespektif dan asumsi para jurnalis tidak bisa dihindari. Risiko munculnya rumor dan kesalahpahaman juga sangat besar.

Meskipun situasi krisis dapat menjadi peluang bagi organisasi untuk memperbaiki dan mentransformasi diri namun kegagalan mengelola komunikasi krisis dapat merugikan dan menimbulkan hal-hal negatif. Yang dimaksud dengan situasi krisis menurut Paul dalam (Mughtar, 2013) adalah kejadian yang tidak diharapkan, berdampak dramatis kadang belum pernah terjadi sebelumnya yang mendorong organisasi kepada kekacauan (*chaos*) dan dapat menghancurkan organisasi tersebut bila tidak ada tindakan nyata. Sementara itu Argenti mengatakan bahwa krisis adalah sebuah malapetaka yang muncul secara alami atau sebagai hasil dari kesalahan, intervensi atau bahkan niat jahat manusia. Krisis dapat meliputi kehancuran nyata seperti perusakan jiwa atau aset atau kehancuran tak berwujud, seperti hilangnya kredibilitas atau kerusakan reputasi lain dalam suatu organisasi (Argenti, 2010).

Pertanyaan dan rasa keingintahuan masyarakat di antaranya; mengapa insiden penemuan paparan radiasi terjadi? Apa sumber radiasinya, berbahaya? Bagaimana efeknya terhadap penduduk sekitar? Mengapa terjadi kelalaian? Darimana sampah serpihan vial limbah sesium-137 berasal? Kok bisa sampai di kebun kosong perumahan Batan Indah? Seberapa bahayanya? Apa sebenarnya yang dilakukan oleh Batan dan Bapeten? Mengapa hadir juga Gegana Polri, TNI juga walikota dan menteri Ristek-BRIN? Menghadapi situasi kritis ini melakukan komunikasi tidaklah gampang hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Dewi Pascarani (Pancarani, 2014) bahwa seni berkomunikasi memang bukan hal yang mudah, dan berkomunikasi pada saat krisis jauh lebih sulit daripada berkomunikasi dalam interaksi sehari-hari. Hal ini disebabkan karena banyak faktor yang akan turut memengaruhi. Risiko munculnya rumor dan kesalahpahaman juga sangat besar dalam situasi ini.

Untuk memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat secara cepat dan tepat maka pihak terkait Humas Batan, Bapeten, dan puncak pimpinan

hingga Menristek-BRIN dan Walikota Tangsel harus menginformasikan pada masyarakat. Dengar pendapat dengan komisi VII DPR RI adalah bagian dari komunikasi yang telah dan akan dilakukan Batan dan Bapeten.

Penulis memfokuskan pada upaya Batan melakukan manajemen komunikasi menghadapi krisis tersebut. Saluran komunikasi manakah yang digunakan untuk mengatasi krisis ini sehingga reputasi yang terpuruk akibat kondisi yang tercipta berubah menjadi peluang untuk mengangkat citra korporasi lebih positif. Ini semua tidak terlepas dari peran dan fungsi humas. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Baskin, Arolof bahwa Humas berperan menjalin komunikasi dengan seluruh publiknya baik internal maupun eksternal untuk membangun relasi yang positif dan untuk menjaga hubungan antar tujuan dari organisasi dengan harapan dan lingkungan di sekitar organisasi (Fadilla nur, 2014).

Bila peran komunikasi publik tidak dijalankan dengan baik maka bukan tidak mungkin, Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir (PLTN) yang sudah lama diusung Batan menjadi suatu prestasi dan kemampuan Batan sebagai *technical support organization* dalam berkontribusi menyediakan energi nasional akan dilihat dan diterima publik. Banyak aspek dan pertimbangan membalut rencana tersebut. Kejadian yang cukup menggemparkan bahwa paparan radiasi terjadi di perumahan tersebut menjadi barikade yang harus segera diselesaikan.

Manajemen isu pada kondisi krisis adalah upaya yang harus segera dilakukan. Ini selaras dengan definisi yang dikemukakan oleh James dan Howard bahwa manajemen isu sebagai sebuah alat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menangani beberapa isu yang muncul ke permukaan serta bereaksi terhadap berbagai isu, sebelum isu-isu tersebut diketahui oleh masyarakat luas (Fadilla nur, 2014). Upaya strategis *public relations* apa yang telah dilakukan oleh humas dan manajemen Batan dalam menghadapi kejadian ini.

LANDASAN KONSEP

Komunikasi krisis dari perspektif komunikasi seperti yang disampaikan Fearn-Banks adalah sebuah peristiwa utama yang secara potensial memberikan dampak negatif terhadap organisasi, perusahaan, atau industri, sama halnya berdampak negatif kepada publik perusahaan, produk, layanan, dan nama produk. Sedangkan Mitroff dan Pearson (1993) mendefinisikan krisis organisasi sebagai sebuah kejadian atau peristiwa yang dapat mengancam reputasi dan kelangsungan hidup organisasi, hal tersebut mencakup personal sosial, faktor teknik krisis, dan asumsi – asumsi dasar yang diturunkan dari krisis yang dianut sebuah masyarakat, seperti nilai, keyakinan, dan struktur sosial. Hal yang sama juga disampaikan oleh Coombs yang menyatakan krisis sebagai sebuah ancaman signifikan terhadap operasi bisnis perusahaan dan memberikan konsekuensi negatif jika tidak ditangani dengan benar sebagaimana disampaikan Marcia Distaso (Distaso, 2015)

Ketika terjadi krisis, peran *public relations* suatu organisasi/perusahaan harus segera menyampaikan apa yang terjadi dan menyediakan atau merespon informasi apa yang dibutuhkan publik. Ini tidak gampang butuh manajemen dan strategi komunikasi.

Strategi *Public Relations* adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen (Rosady, 2007). Upaya apa yang telah dilakukan organisasi merupakan suatu rispon terhadap publik internal/eksternal dan media supaya krisis dapat dikendalikan. Seluruh kanal komunikasi dimanfaatkan secara maksimal.

Dalam Ilmu fisika, radiasi adalah pancaran energi melalui suatu materi atau ruang dalam bentuk panas, partikel atau gelombang elektromagnetik/cahaya (*foton*) dari sumber radiasi. Disadari atau tidak, ternyata di sekitar kita banyak sekali radiasi. Radiasi ada dimana-mana, di rumah, di kantor, di pasar, di lapangan, maupun di tempat-tempat umum. Penting untuk diketahui adalah sejauhmana radiasi tersebut dapat berpengaruh buruk terhadap kesehatan kita (Batan, 2020b).

METODOLOGI PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan penelitian paparan berjenis analisis deskriptif metode kualitatif dengan studi kasus. Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang penelaahnya kepada satu kasus dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Untuk memahami proses bagaimana strategi komunikasi krisis penulis mencari, mengumpulkan, dan mengikuti dengan berbagai tulisan di media massa dan *press release*. Penelusuran informasi juga dilakukan melalui media sosial resmi Batan. Analisis pemberitaan media massa, *press release*, dan media sosial dilakukan periode akhir Januari hingga awal Maret 2020. Pernyataan resmi dari Batan, Bapeten, dan pemangku kepentingan lainnya yang diberitakan media. Di samping itu untuk memahami praktik komunikasi krisis dilakukan studi literatur. Guna mendukung analisis studi kasus ini dilakukan analisis teks informasi yang dikeluarkan Batan secara resmi dan media yang turut menyebarkan.

PEMBAHASAN

Menurut buku *Crisis Public Relations* dalam (Purwaningwulan, 2013), ada lima tahapan dalam siklus hidup krisis yang harus dikenal dan dipahami adalah sebagai berikut:

1. Tahap *pre-crisis* (sebelum krisis) Tahap ini adalah kondisi sebelum sebuah krisis muncul. Benih krisis sudah ada sehingga jika muncul suatu kesalahan yang kecil saja, krisis dapat terjadi. Benih yang mulai timbul pada tahap ini biasanya tidak diperhatikan karena beberapa aspek dalam perusahaan memang penuh risiko. Selain itu perusahaan tidak mempunyai perencanaan menghadapi krisis.
2. Tahap *warning* (peringatan) Tahap ini dianggap sebagai salah satu tahap yang paling penting dalam daur hidup krisis. Di dalamnya, suatu masalah untuk pertama kalinya dikenali, dapat dipecahkan, diakhiri selamanya atau dibiarkan berkembang menuju kepada kerusakan yang menyeluruh. Krisis dapat dengan mudah muncul pada tahap ini karena ketakutan menghadapi badai atau masalah dan menganggapnya tidak ada. Reaksi yang umum terjadi pada tahap ini adalah kaget, menyangkal, dan pura-pura merasa aman.
3. Tahap *acute* (akut) Pada tahap ini krisis mulai terbentuk, media dan publik mulai mengetahui adanya masalah.

Jika krisis sudah sampai pada tahap ini, perusahaan tidak dapat berdiam diri karena sudah mulai menimbulkan kerugian. Saat inilah berbagai dokumen dan modul untuk menghadapi krisis harus dikeluarkan dan digunakan. Saat-saat seperti ini dapat diketahui, apakah para staf telah dibekali pengetahuan mengenai manajemen krisis atau tidak. Jika tidak maka sudah terlambat bagi manajemen untuk memulai dan menyelesaikan masalahnya. 4. Tahap *clean-up* (pembersihan) Saat masalah melewati tahap *warning* tanpa diselesaikan maka kerusakan perusahaan mulai timbul. Inilah waktunya untuk memulihkan perusahaan dari kerugian. Setidaknya menyelamatkan apa saja yang tersisa, baik sisa produk (jika dapat diaplikasikan), reputasi, citra perusahaan, kinerja, dan lini produksi. Saat pemulihan, perusahaan harus menghadapi hal-hal yang terkait dengan hukum, media, tekanan publik, dan litigasi. 5. Tahap *post-crisis* (sesudah krisis) Inilah tahap yang telah disebutkan sebelumnya, yakni perusahaan seharusnya bereaksi saat suatu krisis muncul ke tahap *warning*. Jika sejak awal tidak dihentikan, krisis akan terjadi. Namun, jika perusahaan dapat memenangkan kembali kepercayaan publik dan dapat beroperasi kembali dengan normal maka secara formal dapat dikatakan krisis telah berakhir.

Merangkai kejadian peristiwa penemuan paparan radiasi di perumahan Batan Indah dikaitkan dengan krisis maka tahap *pre-crisis* terjadi ketika Bapeten tanggal 30-31 Januari 2020 melakukan uji fungsi rutin pemantauan radioaktivitas secara berkala wilayah Pamulang, Perumahan Dinas Puspipstek, Daerah Muncul, Kampus ITI, Perumahan Batan Indah, dan Stasiun KA Serpong dengan menggunakan mobil detektor (Moni). Dari hasil monitoring ini, detektor menunjukkan anomali di sekitar perumahan BATAN Indah. Kemudian dilakukan penyisiran kembali, namun detektor tetap menunjukkan data anomali. Batan dan Bapeten kemudian berkoordinasi secara informal untuk pengukuran secara teknis, dengan izin RT/RW setempat. Ditemukan paparan radiasi tinggi di satu *space* kebun kosong.

Tahap *warning* (peringatan) terjadi ketika Bapeten mengeluarkan rilis berupa dokumen ditujukan ke RW tanggal 11 Februari 2020, yang dampak negatifnya distribusi dokumen menjadi tak terkendali. Temuan Bapeten dilaporkan dan dikoordinasikan dan Batan dengan cepat membentuk tim gabungan terdiri dari PTLR (Pusat Teknologi Pengelolaan Limbah Radioaktif), PTKMR (Pusat Teknologi Keselamatan Meteorologi dan Radiasi), PRSG (Pusat Reaktor Serbaguna), PPIKSN (Pusat Pendayagunaan Informasi Kawasan Nuklir Serpong), dalam waktu singkat menemukan botol kaca vial dalam kondisi sudah pecah. Setelah diperiksa di laboratorium diketahui vial tersebut berisi berisi Cs-137 dengan waktu paruh 30 tahun, memiliki *level* energi cukup tinggi dan waktu paruhnya cukup panjang.

Hanya berselang beberapa hari fase *Acute* (akut) terjadi hari Sabtu sore 15 Februari 2020 lokasi perumahan Batan Indah telah dipenuhi oleh banyak TV dan *online*, berdatangan gegana, dan polisi bersenjata laras panjang. Masyarakat sekitarnya belum sepenuhnya menyadari namun hanya hitungan menit saja berita sudah menyebar dan lebih cepat lagi dengan liputan media televisi nasional maka hampir dipastikan beberapa hari ke depan lebih banyak lagi media menyorot apa yang sedang dilakukan Batan dan Bapeten apalagi melibatkan polisi dan Gegana. Belum lagi ditemukan siapa yang membuang limbah tidak bertanggungjawab

di tempat tersebut. Setelah melakukan penyisiran beberapa tempat di sekitar perumahan Batan Indah, alat detektor menunjukkan ditemukan lagi paparan dalam rumah warga.

Fase Krisis *Clean-Up (pembersihan)* ini bagian paling penting untuk Batan dan Bapeten menunjukkan pada publik peran dan profesionalisme organisasi. Kesungguhan Batan dan Bapeten terus dipantau media.

Strategi Public Relations

Suatu perusahaan atau organisasi sebaiknya selalu memiliki rencana dalam menghadapi krisis dan menghindari keputusan yang justru akan membuat perusahaan/organisasi terperosok lebih jauh dalam krisis. Mereka harus mengetahui skenario terburuk yang akan terjadi dan harus mempunyai *contingency plan* dalam menghadapinya. Bila krisis sudah tidak bisa dicegah, sebagaimana diungkapkan Purbaningwulan, maka 6 langkah harus segera diambil sebagai berikut: 1. Melakukan Penilaian yang objektif terhadap penyebab Krisis 2. Menentukan apakah penyebab terjadinya krisis memiliki dampak jangka panjang atau hanyalah fenomena sesaat. 3. Perhitungkan setiap kejadian dalam krisis dengan cermat sehingga setiap peristiwa yang terjadi dapat diantisipasi dengan baik. 4. Memusatkan perhatian pada upaya menyelesaikan masalah. 5. Memanfaatkan setiap peluang yang ada untuk memperbaiki keadaan. 6. Segera bertindak untuk melindungi *cash flow* perusahaan (Purwaningwulan, 2013).

Menyadari krisis tak dapat dihindari maka peluang yang ada adalah bagaimana mengatur dan menciptakan supaya krisis dapat terkendali. Kebutuhan informasi pada saat krisis sangat besar dan publik seringkali lari ke media massa untuk menjawab kebutuhan atas informasi tersebut. Oleh karena itu, gambaran publik mengenai krisis sangat dipengaruhi oleh media. Dengan demikian komunikasi dengan media harus tetap dilakukan sejak awal, dan informasi yang diberikan harus seakurat dan selengkap mungkin. Menyadari posisi demikian, humas, manajemen dan tim komunikasi membuat strategi dalam berkomunikasi. Mengoptimalkan saluran komunikasi media mainstream dan daring, Webinar, Obrolan Cafe radio, tulisan dan pemanfaatan Medsos resmi dan tidak resmi untuk menyebarluaskan informasi yang sedang berlangsung. Secara resmi DPR meminta semua untuk dengar pendapat dengan komisi VII DPR, untuk meningkatkan kepercayaan (*trust*) atau *earning trust*. Kegiatan komunikasi yang dibangun oleh pihak Batan adalah dengan memberikan *press realase* secara rutin berkala, mendirikan posko pusat krisis di sekitar perumahan Batan Indah. Mengedepankan transparansi, melibatkan pemerintahan Pemkot Tangsel, Gegana dan Polri. Menyelenggarakan *Publik Hearing* (duduk satu meja Batan, Bapeten, Pemkot Tangsel, Polri dan Gegana).

Upaya untuk memulihkan kondisi krisis adalah dengan intens dan mengedepankan transparansi apa yang sesungguhnya terjadi atas temuan paparan radiasi tinggi tersebut BATAN dengan berkoordinasi dengan Bapeten dan Pemkot Tangsel duduk bersama, dan menyampaikan perkembangan dari waktu ke waktu sesuai kebutuhan. Strategi poin 1 dan 2 dilakukan yaitu penilaian yang objektif terhadap temuan paparan radiasi Bapeten kemudian dikoordinasikan langkah-langkah pencegahan supaya tidak berdampak panjang.

Menentukan perimeter tanah yang terkontaminasi. Disusul dengan proses dekontaminasi yaitu proses *clean up* area dan pemantauan terhadap air sumur tanah, warga sekitar yang berdekatan dilakukan screening dengan *Whole Body Counting* (WBC) pengukuran paparan radiasi seluruh tubuh untuk melihat apakah ada kontaminasi masuk dalam tubuh.

Poin 3 yaitu perhitungan setiap kejadian dan poin 4 yaitu dengan memusatkan perhatian pada upaya menyelesaikan masalah. Pembersihan dan monitoring terus dilakukan. Proses *clean-up area* dilakukan dengan meratakan tanah dilanjutkan dengan *gridding* (membuat petak-petak). Untuk area yang diratakan berukuran 9 x 12 meter persegi. *Gridding* ini dibuat untuk memudahkan dalam pemetaan khususnya dalam mengambil sisa tanah yang masih akan di ambil. Dari sampel tanah yang diambil untuk mengetahui sisa paparan radiasi di tanah pada kedalaman tertentu, ini bagian kelanjutan dari kegiatan *clean up* sebelumnya. Selanjutnya dilakukan *coring* (pengeboran) untuk mengambil sampel tanah.

Apa yang telah dilakukan hari demi hari dan perkembangan dari setiap proses dilakukan dilaporkan pada media melalui *Press release* secara berkala yaitu pagi dan sore untuk memenuhi keingintahuan publik yang lebih luas. *Press conference* dilakukan untuk menyampaikan informasi.

Hasil penghitungan WBC didapati terdapat 2 orang memiliki paparan lebih tinggi dari yang lainnya namun masih dalam batas aman, data secara transparan disampaikan oleh Kabiro humas pada media dan kepolisisan.

Peyediaan informasi yang cukup memadai; membuat *press realase*. Selalu mengupdate setiap perkembangan dalam *website* ataupun media sosial resmi BATAN seperti twitter, facebook, Instagram, dan disebarakan secara maraton tidak saja oleh humas namun seluruh karyawan bergerak dalam media sosial pribadi. Informasi dengan cepat tersebar meluas sehingga bagi masyarakat yang ingin mengetahui apa yang terjadi di perumahan Batan ataupun perkembangannya seperti apa dapat terpenuhi melalui berbagai kanal komunikasi.

Komunikasi dengan media terus dilakukan, pemberitaan yang dimuat media terkait peristiwa tersebut terus dipantau. Bahkan humas secara khusus mengevaluasi konten media dan isu, kemudian dibuat klasifikasi apakah mengandung nilai positif atau negatif untuk organisasi dan hasilnya dijadikan sebagai bahan masukan kegiatan *public relations*.

Langkah kelima dan keenam strategis PR yaitu memanfaatkan setiap peluang yang ada untuk memperbaiki keadaan dan bertindak untuk melindungi *cash flow* organisasi secara luas adalah dengan memanfaatkan *bad news is good news*. Pemberitaan *bad news* terkait temuan paparan radiasi di kebun kosong perumahan Batan Indah harus diiringi dengan informasi positif terkait dengan tugas dan fungsi Batan. Apa manfaat radiasi, bagaimana menangani dan unsur bahaya bila tidak ditangani secara benar, aplikasi iptek nuklir yang sangat diperlukan masyarakat. Seperti pepatah mengatakan sambil menyelam minum air. Kejadian demi kejadian momen diliput oleh media merupakan momen penting yang tidak boleh lepas dalam mempopulerkan diri yaitu pengiklanan organisasi untuk publik yang lebih luas. Ketika media massa menyoroti kegiatan organisasi maka serta merta humas harus bisa mengemas informasi tambahan

terkait pada manfaat/aplikasi iptek nuklir bagi masyarakat luas dari bidang pertanian, kesehatan, industri atau bidang energi.

Sejak awal Batan sangat kooperatif terhadap pemeriksaan yang dilakukan Bapeten ataupun Bareskrim turut membantu segera mencairkan keadaan. Mendirikan posko dan tim komunikasi dipimpin oleh kepala Biro Humas dan kepala Batan langsung memimpin koordinasi di lapangan seperti proses *clean-up* yang diberitakan dari hari ke hari.

Dari sisi pandangan *media relations*, momen ini sangat langka terjadi yaitu beberapa minggu media menyoroti kegiatan Batan tanpa diminta. Puluhan awak media meliput dan melaporkan dari hari kehari. Dimulai dari kinerja organisasi, dari perpektif SDM dan sumber daya lain, para awak media melelisik bukan saja kejadian temuan radasi. Pemanfaatan iptek nuklir dan apa yang telah dilakukan Batan menjadi ajang promosi gratis dan santapan empuk bagi media. Meskipun di lapangan para pekerja dengan sungguh-sungguh tanpa mengenal lelah menanggulangi dan mengurangi paparan radiasi.

Sebagai lembaga yang mengedepankan keselamatan, Batan dengan rutin menyelenggarakan latihan kedaruratan nuklir untuk meningkatkan kewaspadaan bila terjadi kedaruratan. Justru insiden ini menjadikan *best practice* yang sesungguhnya. Para pekerja radiasi sangat diuji dalam kejadian ini. Kesungguhan dan kerja keras dari setiap bidang keilmuan seperti bidang keselamatan, proteksi radiasi, pengolahan limbah, transportasi materi, bidang pengawasan lingkungan bahu membahu.

Sejalan dengan kondisi krisis, kesibukan yang juga sangat berarti adalah bagian humas. Penyiapan naskah *press release*, *press conferance*, *public hearing* dan menyiapkan bahan informasi untuk website dan media sosial. Disamping itu mengontrol media dengan melihat apa yang dikatakan media menjadi evaluasi dan bahan masukan untuk *media coverage*.

Monitoring media untuk melihat dampak pemberitaan terkait insiden paparan radiasi, kegiatan *public relations* adalah dengan memberikan nilai positif, netral atau negatif bagi organisasi dapat dilihat dalam tabel 1. Mengingat keterbatasan tempat maka tabel 1 hanya menunjukkan beberapa media dengan *headline*, dan hasil analisis media monitoring humas, tercatat pemberitaan kejadian tersebut dan proses penangulangannya sebanyak 428. Pemberitaan dan bahan informasi yang menindikasikan nilai positif yaitu informasi yang menandatangani nilai positif terhadap organisasi adalah sebanyak 54% . Sementara yang bersifat netral sebanyak 29,2%. Meskipun demikian kita tidak bisa menghindari dari pemberitaan dan informasi yang bersifat negatif atau merugikan organisasi yaitu sebanyak 16,8%. Data ini dapat dijadikan acuan untuk kegiatan *public relations* ke depan. Pemberitaan yang menghasilkan nilai negatif perlu penjelasan dan komunikasi yang terus dibangun oleh humas. Penyediaan bahan informasi yang dituhkan oleh publik terus diperhatikan dengan membuat dan menyediakan informasi tersebut dalam *website* lihat tabel 2, *webinar*, media masa berupa opini. Secara informal juga setiap humas akan melanjutkan informasi-informasi yang masyarakat butuhkan.

Hal yang terpenting adalah Batan memberikan informasi yang transparan sehingga kepercayaan masyarakat tidak terus turun dan di samping itu informasi

terus diberikan terkait dengan aplikasi iptek nuklir yang sangat bermanfaat untuk masyarakat.

Tabel 1. Beberapa sumber media, judul dan nilai bagi organisasi

No	Tgl Media	Sumber	Judul / Ringkasan	Nilai
1	14/02/2020	tangerangonline	Soal Radiasi di Batan Indah, Anggota DPRD Minta Warga Tetap Tenang	Positif
2	15/02/2020	Liputan 6	Bapeten: Temuan Radioaktif di Rumah Warga Bagian Penyidikan Bareskrim	Negatif
3	17/02/2020	tangerangnews.com	Area Bebas Paparan Radioaktif Mulai Dipersempit	Positif
4	21/02/2020	kesatu.co	Dua Warga Perum Batan Indah Terkontaminasi Radioaktif Tingkat Rendah	Netral
5	17/02/2020	tangerangnews.com	Warga Batan Indah Tidak Terpengaruh Temuan Radioaktif	Positif
6	21/02/2020	Kompas	Terkontaminasi Zat Radioaktif, Dua Warga Batan Indah Diduga Makan Buah di Titik Radiasi	Netral
7	17/02/2020	Tempo	Radiasi Nuklir di Perumahan Batan, Hujan Hambat Dekontaminasi	Positif
8	21/02/2020	Kompas	306 Drum Tanah Terpapar Zat Radioaktif Diangkut dari Perumahan Batan Indah	Netral
9	17/02/2020	Tribun	Perumahan Batan Indah Serpong Terpapar Radiasi Nuklir, Hal Serupa Pernah Terjadi di Brazil	Netral
10	21/02/2020	Kompas	Batan Indah Dinyatakan Sudah Aman dari Paparan Radioaktif	Positif
11	18/02/2020	Antara	BATAN tegaskan temuan zat radioaktif bukan dari kebocoran reaktor nuklir	Positif

12	21/02/2020	Kompas	Ini Faktor 2 Warga Batan Indah Terkontaminasi Radiasi Caesium-137	Netral
13	15/02/2020	Kompas	Bapetan Gali 5 Titik di Tanah di Perumahan Batan Indah, Deteksi Radiasi Radioaktif	Positif
14	21/02/2020	Kompas	Polisi Periksa 12 Orang Usut Paparan Radiasi Nuklir di Perumahan Batan Indah	Netral
15	24/02/2020	Kompas	Batan hingga Gegana Periksa Rumah di Batan Indah, Garis Peringatan Dipasang	Positif

Sumber: bhhk Batan 2020

Strategi komunikasi krisis dalam era digital humas harus dapat mengemas semua bahan informasi melalui *website*, media digital, dan mengoptimalkan peran media sosial. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Michael Henlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Nova, 2014). Keaneka ragaman medsos dapat merambah berbagai *target preference*. Ini sangat berarti dalam diseminasi Iptek Nuklir dan juga untuk peristiwa insiden radiasi terjadi.

Kegiatan penyampaian informasi berbasis digital dan teknologi internet dilakukan misalnya dengan *webminar* dan juga infografis. Banyak publik mengakses dan membaca apa yang disampaikan oleh medsos Batan. Sebagaimana diilustrasikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Sajian Informasi Website BATAN

No.	Judul/Headline	Sumber
1	Kepala BATAN Pimpin Briefing Pagi di Lokasi Clean Up	http://www.Batan.go.id/index.php/id/publikasi-2/pressreleases/6291-kepala-Batan-pimpin-briefing-pagi-di-lokasi-clean-up
2	Ketua DPRD Tangsel: Serahkan Masalah Ini Kepada yang Berkompeten	http://www.Batan.go.id/index.php/id/publikasi-2/pressreleases/6292-ketua-dprd-tangsel-serahkan-masalah-ini-kepada-yang-berkompeten
3	BATAN bersama BAPETEN Lanjutkan Tindakan Clean Up Area Terpapar Radiasi di BATAN Indah	http://www.Batan.go.id/index.php/id/publikasi-2/pressreleases/6271-Batan-bersama-Bapeten-lanjutkan-tindakan-clean-up-area-terpapar-radiasi-di-Batan-indah

4	BATAN Lakukan Clean Up Daerah Terpapar Radiasi	http://www.Batan.go.id/index.php/id/publikasi-2/pressreleases/6267-Batan-lakukan-clean-up-daerah-terpapar-radiasi
5	Selin dan Bola-Bola Nuklir	http://www.Batan.go.id/index.php/id/kedeputan/pendayagunaan-teknologi-nuklir/diseminasi-dan-kemitraan/6251-selin-dan-bola-bola-nuklir
6	Teknologi Nuklir Untuk Pelestarian Cagar Budaya	http://www.Batan.go.id/index.php/id/kedeputan/sains-aplikasi-teknologi-nuklir/aplikasi-isotop-dan-radiasi/6261-teknologi-nuklir-untuk-pelestarian-cagar-budaya
7	Perkembangan Kegiatan Clean Up Area Terpapar Radiasi di BATAN Indah	http://www.Batan.go.id/index.php/id/publikasi-2/pressreleases/6272-perkembangan-kegiatan-clean-up-area-terpapar-radiasi-di-Batan-indah
8	STTN Menjadi Tempat Pertama Rosatom Technical Academy Berikan Pelatihan di Asia	http://www.Batan.go.id/index.php/id/kedeputan/sttn/6239-sttn-menjadi-tempat-pertama-rosatom-technical-academy-berikan-pelatihan-di-asia
9	172 CPNS Resmi Diangkat Sebagai PNS BATAN	http://www.Batan.go.id/index.php/id/kedeputan/manajemen/biro-umum/6238-172-cpns-resmi-diangkat-sebagai-pns-Batan
10	Dinas Pekerjaan Umum Tangsel Bantu Percepat Pelaksanaan Clean Up Area Terpapar Radiasi	http://www.Batan.go.id/index.php/id/publikasi-2/pressreleases/6274-dinas-pekerjaan-umum-tangsel-bantu-percepat-pelaksanaan-clean-up-area-terpapar-radiasi

Sumber: bhhk Batan 2020

Media sosial memiliki peran besar dalam menyampaikan informasi perkembangan peristiwa radiasi di perumahan Batan Indah. Twitter digunakan untuk memberikan status terkini secara singkat mengenai perkembangan penanganan paparan radiasi melalui akun @humasbatan, dan IG @badan_tenaga_nuklir_nasional, facebook humasbatan. *Follower* dengan jumlah tweets sebanyak mendekati 4000, Walikota Tangsel memberi semangat pada pekerja penanggulangan radiasi. untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* nya di samping media masa memberitakan dari waktu ke waktu.

PENUTUP

Krisis dapat terjadi kapanpun dan merupakan pilihan yang tak dapat dihindari. Karena krisis hidup dan terus berkembang sejalan dan seiring dengan dinamika organisasi dan lajunya komunikasi organisasinya. Bila krisis muncul maka tindakan yang segera dilakukan adalah manage krisis tersebut menjadi lebih terkendali. Peran *Public Relations* merupakan jembatan antara organisasi dan masyarakat.

Dalam situasi krisis komunikasi dan transparansi adalah hal yang harus dikedepankan untuk meningkatkan kepercayaan publik. Ketika krisis terjadi

menurunnya kepercayaan publik dan hal ini bisa berakibat lebih buruk bila tidak ada upaya serius dalam memulihkan kondisi ini. Dalam kondisi ini media massa memiliki peran yang sangat berarti karena media membentuk dan menyebarkan gambaran mengenai krisis (*the picture of crisis*).

Penggunaan media sosial dan *website* resmi bisa dimaksimalkan sebagai sumber informasi ketika krisis terjadi disamping kegiatan *press release*, *media gathering*, *public hearing* dan *press converence*. Memanfaatkan situasi krisis menjadi peluang dan memberikan nilai tambah pencitraan positif adalah hal yang harus dilakukan oleh *public relations*. Oleh karena itu semua kanal komunikasi harus diatur dan dikelola dengan baik. Strategi komunikasi krisis harus memperhitungkan keanekaragaman *platform* komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Argenti, P. (2010). *Komunikasi Korporat*. Salemba Humanika.
- Batan, H. (2020b). *Radiasi Ada Dimana-mana*. <http://www.batan.go.id/index.php/id/infonuklir/radiasi/apakah-radiasi>
- Distaso, M. W. (2015). *Industry in Crisis: The Communication Challenge in the Banking Industry. December 2010*.
- Fadilla nur, N. (2014). Strategi Komunikasi Isu dan Krisis dalam Menyikapi Pemberitaan Negatif di Media (studi kualitatif media relation..). *Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia*, 7 dan 15.
- Muchtar, H. A. (2013). *Manajemen krisis instansi pemerintahan* (. Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Grasindo.
- Nova, F. (2014). *Public Relations War*. Grasindo.
- Pancarani, N. N. D. & C. D. Y. (2014). Strategi Komunikasi Krisis Airasia. *Human Factors in Aviation*, 0361. <https://repositori.unud.ac.id/protected/storage/upload/repositori/4ab6a054440813a9341c3f4c8eb1a934.pdf>
- Purwaningwulan, M. M. (2013). Public relation dan manajemen krisis. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 11(2), 166-175.
- Rosady, R. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi* (Revisi). PT. Raja Grafindo Persada.