

BAB I

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada tahun 2016 lalu sangat ramai diperbincangkan dan dimuat di berita-berita online maupun cetak tentang konflik yang terjadi antara PT. KAI Daop 4 Semarang dengan warga Desa Kebonharjo. Dimana konflik tersebut bermula pada saat PT. KAI Daop 4 Semarang ingin membuka jalur rel baru kereta api dari Stasiun Tawang ke Pelabuhan Tanjung Mas. Jalur yang sudah direncanakan oleh pihak PT.KAI Daop 4 Semarang ternyata sudah lama di tempati oleh warga Kebonharjo, maka dari itu pihak PT. KAI Daop 4 Semarang tetap akan melakukan pengusuran terhadap warga yang sudah menempati lahan tersebut.

Peristiwa ini berawal pada tanggal 23 Maret 2015 dimana sejumlah karyawan PT. KAI dengan dibantu oleh oknum aparat kepolisian, TNI, Satpol PP Kota Semarang melakukan pencoretan rumah warga dengan cat pilok merah bertuliskan batal rel dan bahkan menyampaikan kalau rumah warga berdiri di tanah PT. KAI. Kejadian ini jelas mengejutkan dan meresahkan warga masyarakat Kebonharjo khususnya di wilayah RW VI, VII, VII dan X.

Selain itu karyawan PT. KAI juga meminta tanda tangan dan fotocopy KTP warga masyarakat sekitar dengan alasan untuk laporan kegiatan kepada pimpinan bahwa pemetaan atau pendataan aset tanah PT. KAI sudah diberitahukan dan disetujui oleh warga yang berada di lingkungan Kebonharjo. Hal tersebut sangat melukai dan melukai perasaan masyarakat karena jelas merupakan pembohongan

public sehingga merugikan warga Kebonharjo karena tanda tangan tersebut. Setelah munculnya permasalahan tersebut beberapa gang pemukiman warga sudah dipasang spanduk berisi penolakan atas kegiatan pemetaan dan pengukuran tanah aset PT. KAI.



Gambar 1.2 Metrosemarang.com edisi 3 mei 2016

Pada berita diatas menunjukkan bahwa adanya penolakan oleh ribuan warga pada proyek rel pelabuhan yang akan dilakukan oleh PT.KAI Daop 4 Semarang. Dimana mereka membentangkan spanduk ukuran 50 meter yang disertai dengan tandatangan oleh seribu orang yang menolak pelepasan asset tersebut. Warga juga menuntut kepada PT.KAI Daop 4 Semarang untuk menunjukkan bukti kepemilikan asset atas lahan di daerah reaktivasi rel tersebut. Keinginan masyarakat untuk menolak proyek tersebut juga semakin kuat karena Warga yang mengaku mendapat dukungan dari Wali Kota Semarang Hendrar Prihadi serta

Gubernur Ganjar Pranowo untuk mempertahankan lahan miliknya. Masalah ini juga terjadi karena pihak dari PT. KAI Daop 4 Semarang gagal menunjukkan bukti-bukti kepemilikan asset.

Warga Kebonharjo sempat melakukan penyelidikan terhadap kasus tersebut dan ditemukan bahwa Perda RTRW No. 14/2011 Kota Semarang pasal 20 ayat 3 huruf c merubah kawasan pemukiman Tanjung Mas menjadi kawasan transportasi darat dan pengembangan terminal barang tipe C (peti kemas) tanpa sepengetahuan masyarakat. Proyek pertama adalah membuka jalur khusus dari Stasiun Tawang menuju pelabuhan Tanjung Mas yang membentang sepanjang 3 Km. Sedangkan proyek kedua adalah pembangunan lahan terminal peti kemas seluas 5 hektar.

Dari data yang diperoleh KPA (Konsorsium Pembaruan Agraria), ada sekitar 30.246 jiwa manusia dengan Sertifikat Hak Milik (SHM) yang sudah menempati wilayah Kebonharjo sejak 50 tahun yang lalu. BPN Kota Semarang menyatakan bahwa SHM milik warga Kebonharjo tersebut sah berdasarkan UU Agraria dan prosedur pengajuan ajudifikasi kepemilikan yang diterbitkan pada tahun 2001.

Humas PT. KAI mengatakan dengan melanjutkan proyek pembuatan rel baru revitalisasi dengan menghemat biaya seharusnya sepanjang 4,9 Km menjadi 2,9 Km yang berakibat menerjang 161 rumah warga yang memiliki SHM, 1 Masjid, 3 Musholla 1 SD Kusuma Bhakti dan 1 Sekolah Diniyah dengan alasan reaktivasi rel lama.



Gambar 1.2 Tribunjateng Edisi 4 Maret 2016

Pada berita diatas menjelaskan bahwa aksi penolakan yang dilakukan oleh warga semakin memanas ketika munculnya info di masyarakat bahwa PT. KAI akan mengambil data topografi dengan tujuan menilai tingkat kekerasan pembuatan jalur rel baru atau revitalisasi tanpa ada pemberitaan dan sosialisasi terlebih dahulu kepada warga. Sedangkan warga sendiri diminta menunggu hasil keputusan dari pemerintah kota Semarang atas hasil penilaian ganti untung oleh Satker yang akan menunjuk tim apresial. Warga mengatakan akan tetap menolak digusur walaupun pihak PT.KAI akan membayar ganti rugi lahan yang tinggi kepada masyarakat. mereka akan tetap memilih tetap bertahan untuk tetap tinggal di lahan yang sudah di tempati selama bertahun-tahun lamanya.

Warga Kebonharjo menolak pembangunan rel baru yang jelas-jelas akan menggusur rumah-rumah mereka dan meminta peninjauan ulang atas Perda No. 14 tahun 2011 Kota Semarang atas perubahan kawasan pemukiman Kel. Tanjung

Mas Semarang menjadi kawasan transportasi untuk pengembangan terminal C (peti kemas) pelabuhan Tanjung Mas Semarang.



Gambar 1.3 Merdeka.com edisi 19 Mei 2016

Pada saat PT.KAI Daop 4 Semarang melakukan eksekusi lahan di Kebnharjo terjadi kerusuhan, dimana ada sebanyak 5 orang warga diamankan. Penyerangan yang dilakukan warga dengan cara melempar bom Molotov ke arah anggota brimob polda jateng sehingga menyebabkan 7 orang anggota tersebut pingsan. 2 diantaranya harus dilarikan ke rumah sakit kariadi karna mengalami luka yang cukup parah.

1 Warga meninggal saat eksekusi lahan KAI di Kebonharjo Semarang

Kamis, 19 Mei 2016 14:22

Reporter : [Parwito](#)



Eksekusi lahan PT KAI di Kebonharjo Semarang. ©2016 merdeka.com/parwito

Merdeka.com - Satu orang warga Kebonharjo, Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang meninggal karena serangan jantung saat PT KAI melakukan eksekusi

Gambar 1.4 Merdeka.com edisi 19 Mei 2016

Tidak hanya sampai disini eksekusi lahan yang dilakukan oleh PT. KAI juga menyebabkan satu orang warga kebonharjo meninggal dunia karena serangan jantung. Pak Mian, panggilan akrab warga yang meninggal karena kaget usai melihat ribuan personel dan tiga unit alat berat datang menghancurkan rumah mereka.

Setelah terjadinya penggusuran yang dilakukan oleh PT. KAI pada tanggal 19 mei, ada sebanyak 73 warga kebonharjo yang menjadi korban menggugat PT.KAI ke pengadilan. Atas penggusuran tersebut warga mengajukan ganti rugi dengan total 71 miliar, ganti rugi materiil sebesar 14 miliar, ganti rugi immaterial sebesar 57 miliar. warga merasa penggusuran yang dilakukan pada

mei lalu dilakukan secara paksa dan dilakukan secara sewenang-wenang dan tidak ada izin eksekusi dari pengadilan (beritajateng.net 7 Juni 2016).

Pada sebuah organisasi (perusahaan) setiap kegiatan yang dilakukan dalam mencapai tujuan pasti akan selalu berhubungan dengan berbagai kalangan *stakeholders* yang terlibat, baik itu yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Masyarakat yang tinggal di Desa Kebonharjo merupakan salah satu stakeholder PT.KAI Daop 4 Semarang yang memiliki peran penting untuk menjalin komunikasi dan kerjasama yang baik untuk mereaktifasi jalur kereta api ke Tanjung Mas. Dalam sebuah perusahaan *Public Relations* memiliki peran penting untuk melakukan berbagai usaha atau kegiatan agar terjalin hubungan yang baik dengan berbagai *Stakeholders* perusahaan yang nantinya akan membawa dampak positif baik bagi perusahaan maupun *stakeholders*. Dalam menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholders* Humasda PT.KAI Daop 4 Semarang sering melakukan kegiatan CSR salah satunya adalah dengan memberi bantuan CSR dengan mengkampanyekan keamanan di jalur KA (Suaramerdeka.com 11 Februari 2016)

Semua warga masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan beroperasi merupakan salah satu yang dilayani dalam kegiatan *public relations* perusahaan yang termasuk kedalam kategori *stakeholders eksternal*. Perusahaan perlu membangun hubungan yang baik khususnya dengan warga yang berada disekitar kegiatan operasinya perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mencapai harmonisasi antara perusahaan dan warga masyarakat mengingat keberadaan

mereka yang berpengaruh cukup besar dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam proses pencapaian sebuah tujuan pada perusahaan tidak selalu berjalan dengan baik sesuai yang diharapkan. Tidak jarang muncul berbagai konflik yang muncul dari luar perusahaan. Tentu saja adanya konflik tersebut membuat terhambatnya kegiatan operasi perusahaan tersebut. Seperti permasalahan yang terjadi antara PT. KAI Daop 4 Semarang dengan Warga Kebonharjo dalam reaktivasi jalur rel kereta api menyebabkan munculnya konflik yang tidak dapat dielakkan. *Public Relations* memegang kunci untuk menjalin komunikasi yang baik antara perusahaan dengan publik (*stakeholders*) agar dapat dengan mudah mencapai tujuan dan kepentingan bersama agar terciptanya citra perusahaan yang positif di mata public.

Upaya *public relations* untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang baik dengan public bukan merupakan hal yang mudah. Adanya perbedaan tujuan dan kepentingan antara PT. KAI Daop 4 Semarang dengan Warga Kebonharjo membuat sulitnya terjalin relasi yang sejalan. Dimana keinginan Warga kebonharjo yang ingin tetap menetap di wilayah tersebut menyebabkan sulitnya Pihak KAI dalam melanjutkan pembuatan jalur rel kereta menuju tanjung mas tersebut. Perbedaan tujuan atau kepentingan yang tidak sama ini membuat munculnya krisis antara perusahaan dan public(*stakeholders*) yang harus diwaspadai bagi sebuah perusahaan.

Krisis dapat menjadi masalah yang serius dalam sebuah organisasi, tanpa peduli apa pun bentuk dan tingkat kompleksitas organisasi tersebut. Krisis mungkin tidak membawa kematian bagi organisasi, tetapi pasti dapat menurunkan kinerja organisasi yang bersangkutan, jika krisis tersebut dibiarkan berlarut-larut tanpa penyelesaian. Krisis dapat ditemukan dimana saja, kapan pun dan siapa pun. Dalam organisasi apa pun pasti akan berhadapan dengan konflik. Semakin besar organisasi tersebut, semakin rumit pula keadaannya.

Menurut Thomas Kuhn (Nova, 2011; 68-69) Krisis tidak memiliki batas (*no boundaries*) dan dapat terjadi kapan saja, dimana saja terhadap setiap organisasi (profit dan nonprofit, public dan privat). Krisis menyerang ketika suatu organisasi berhenti menemukan permasalahan yang ditimbulkan oleh lingkungan tempat mereka berada.

Seperti yang sudah dijelaskan diatas adanya krisis yang terjadi antara PT.KAI Daop 4 Semarang dengan warga Desa Kebonharjo pada saat PT. KAI ingin melakukan reaktivasi jalur kereta api Semarang Tawang ke Pelabuhan Tanjung Mas. Banyaknya pemberitaan negative yang dimuat di media online maupun media cetak secara terus-menerus dan tidak diatasi dengan cepat dapat menjadi ancaman yang serius bagi pihak PT.KAI Daop 4 Semarang. Manajemen krisis menjadi hal yang sangat penting dilakukan oleh PT.KAI Daop 4 Semarang. Keberhasilan dan kegagalan organisasi tergantung pada pandangan, sikap, dan tindakan yang diambil organisasi pada saat terjadinya krisis.

Humas(*public relations*) sebagai ujung tombak pengelola komunikasi dan informasi serta penghubung antara organisasi dan *stakeholder* yang terlibat tentunya menjadi hal penting dalam penanganan, penanggulangan, dan pengelolaan krisis organisasi. Maka dari itu manajemen krisis kehumasan yang efektif sangat dibutuhkan organisasi dalam menghadapi munculnya pemberitaan negatif yang dialami PT.KAI Daop 4 Semarang pada saat itu. Melihat kondisi krisis yang terjadi antara PT.KAI Daop 4 Semarang dengan warga Kebonharjo membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi *public relations* yang dilakukan oleh Humasda untuk pengelolaan krisis konflik dengan warga Kebonharjo tentang reaktivasi jalur rel kereta api.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Pada tahun 2016 lalu banyak berita-berita negative yang muncul di media cetak maupun media online tentang permasalahan yang terjadi antara PT. KAI Daop 4 Semarang dengan Warga Kebonharjo. Permasalahan yang bermula pada saat PT. KAI Daop 4 Semarang ingin mereaktivasi jalur kereta api Stasiun Tawang ke Pelabuhan Tanjung Mas namun adanya penolakan dari warga Kebonharjo. Lahan yang masuk kedalam perencanaan pembuatan jalur tersebut ternyata selama berpuluh-puluh tahun sudah ditempati oleh warga. Warga yang juga memiliki sertifikat hak milik yang dikeluarkan oleh BPN Semarang bersikeras untuk tetap menolak pengusuran. Aksi penolakan yang dilakukan oleh warga Kebonharjo pada saat PT. KAI Daop 4 Semarang melakukan pengusuran berlangsung ricuh

sehingga menewaskan satu orang dan melukai 5 anggota brimob. Pemberitaan negative yang dipublikasikan oleh media cetak maupun media online dapat meyebabkan krisis terhadap PT.KAI Daop 4 Semarang.

Dalam pelaksanaan kegiatan operasi, penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan untuk membangun hubungan yang baik bagi stakeholders, khususnya komunitas atau masyarakat yang berada di sekitar wilayah operasi. *Public Relations* memiliki peran penting untuk melakukan berbagai usaha atau kegiatan agar terjalin hubungan yang baik dengan berbagai *Stakeholders* perusahaan yang nantinya akan membawa dampak positif baik bagi perusahaan maupun *stakeholders*.

Maka dari itu, penting untuk mencari tahu bagaimana strategi *public relations* yang dilakukan oleh Humasda PT.KAI Daop 4 Semarang dalam pengelolaan krisis konflik dengan warga Kebonharjo tentang reaktivasi jalur baru rel kereta api?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mendeskripsikan strategi *public relations* yang dilakukan oleh Humasda PT.KAI Daop 4 Semarang dalam pengelolaan krisis konflik dengan warga Kebonharjo tentang reaktivasi jalur baru rel kereta api Semarang Tawang menuju Pelabuhan Tanjung Mas

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian sejenis dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya peran *public relations* dalam melaksanakan Teori Komunikasi Situasi Krisis (SCCT).

1.4.2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para praktisi Humasda PT. KAI Daop 4 Semarang dalam mengatasi berbagai masalah yang timbul sebagai dampak dari kegiatan operasi perusahaan khususnya yang berkaitan dengan komunitas yang berada di wilayah operasi sehingga dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan.

1.4.3. Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya kerjasama organisasi public dengan organisasi masyarakat dalam penyediaan transportasi public.

1.5. KERANGKA PEMIKIRAN

1.5.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang sebuah realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Paradigma konstruktivis pada dasarnya memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful ation* melalui pengalaman langsung dan rini terhadap objek penelitian. .

Penulis menggunakan paradigma konstruktivisme ini karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan suatu realitas sosial yaitu usaha-usaha yang dilakukan oleh Humasda PT. KAI Daop 4 Semarang dalam menghadapi krisis dengan warga Kebonharjo tentang reaktivasi jalur rel kereta api.

1.5.2. STATE OF THE ART

Sebelum melakukan penelitian mengenai strategi manajemen krisis PT. KAI Daop 4 Semarang dalam menangani masalah dengan warga Kebonharjo tentang reaktivasi jalur rel kereta api, peneliti terlebih dahulu melakukan tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan tinjauan pada penelitian-penelitian sebelumnya yang sejenis dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah beberapa penelitian sejenis yang peneliti jadikan acuan untuk melakukan penelitian ini.

Peneliti	Judul penelitian	Teori yang Digunakan	Hasil Penelitian
1. Imas Ayu Prafitri (2010), Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta	Strategi Manajemen Krisis Humasda PT. Kereta Api (Persero) Daop I Jakarta dalam menangani kasus kecelakaan KRL Pakuan Ekspres 221 dengan KRL Ekonomi 549 di Bogor	- <i>Management Theory of Public Relations</i> - Tipe penelitian Deskriptif Kualitatif -	Enam langkah manajemen krisis dalam kasus kecelakaan tersebut 1. <i>Scenario development</i> 2. <i>Preparation</i> 3. <i>Monitoring</i> 4. <i>Networking</i> 5. <i>Focusing</i> 6. <i>Implement a plan</i>
2. Cipta Uli Mediana (2016) Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Diponegoro	Manajemen Krisis Mahkamah Konstitusi Pada Kasus Akil Mochtar	- <i>Weyerhaeuser Issues Management Process</i> - <i>Crisis Cluster</i> - <i>Image Restoration Theory</i> - <i>Strategi Perumusan manajemen Krisis</i>	Krisis yang dialami oleh MK pada kasus Akil Mochtar termasuk kedalam jenis krisis <i>public relations</i> , dimana krisis tersebut dikategorikan sebagai <i>intentional cluster crisis</i> . Strategi manajemen krisis yang dilakukan

			<p>oleh Mahkamah Konstitusi, antara lain :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Corrective action</i> - <i>Mortification</i> - <i>Adaptive change strategy</i>
<p>3. Ken Anne Kartika Suri (2016) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoror</p>	<p>Manajemen Krisis Pencemaran Lingkungan PT. Pertamina EP Asset 4 Field Cepu (Studi Kasus Kelurahan Ngelo, Kecamatan Cepu, Kabupaten Blora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Teori <i>Crisis Cluster</i> - <i>Hertfordshire Oil Storage Limited (HOSL)</i> - <i>Crissis Management Process</i> - <i>Boundary Spanning and Environmental Scanning Theory</i> - <i>Situational The Public (STP) Theory</i> - <i>Image Restoration</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pengecekan secara langsung di lapangan PPP (Pusat Penampungan Produksi) - Menjalin komunikasi dengan masyarakat secara langsung - PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu menggunakan strategi <i>corrective action</i>

		<p><i>Theory</i></p> <p>- Metode analisis studi kasus</p>	<p>(menjanjikan perbaikan) dan <i>mortification</i> (mengakui kesalahan) untuk membangun kembali kerusakan citra organisasi yang ditimbulkan akibat krisis yang terjadi dengan melakukan pertemuan bersama wakil warga Kelurahan Ngelo dan dialog dengan media massa.</p>
--	--	---	---

Beberapa penelitian yang telah dipaparkan diatas merupakan penelitian yang digunakan peneliti sebagai bahan pijakan untuk melakukan penelitian ini. Adapun letak perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada teori yang digunakan yaitu teori komunikasi situasi krisis, objek penelitian yaitu PT. KAI Daop 4 Semarang yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertugas untuk mengelola perkeretaapian di Indonesia. Dalam penelitian ini lebih difokuskan pada penerapan strategi *public relations* yang dilakukan oleh Humasda PT. KAI dalam mengelola penanganan krisis dengan warga Kebonharjo tentang tentang reaktivasi jalur rel kereta api. Jadi penelitian ini merupakan penelitian yang benar-benar peneliti lakukan sendiri dan dan hasilnya diperoleh tanpa mengambil proses dan hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

1.6. KERANGKA TEORI

1.6.1. *Public Relations* (PR)

Public relations atau PR adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang ataupun sebuah lembaga dimata public. Profesi PR bekerja di wilayah public untuk melakukan fungsi komunikasi, hubungan komunikasi (*public relations*), manajemen krisis (*crisis management*), hubungan pelanggan (*customer relations*), hubungan karyawan (*employee relations*), hubungan pemerintahan (*government relations*), hubungan industry (*industry relations*), hubungan investor (*investor relations*), hubungan dengan

media (*media relations*), mediasi, publisitas, menulis pidato dan *guest/visitor relations*.

Public relations menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom (dalam Firsan Nova, 2011;45) merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya.

PR dapat digunakan untuk membangun hubungan dengan karyawan, pelanggan, investor, pemilih atau masyarakat umum. Hampir semua organisasi memiliki kepentingan terhadap publiknya. PR professional berfokus pada membangun hubungan yang baik dengan publiknya. PR Profesional harus tahu cara menulis, berbicara, dan berpikir analitis. Keterampilan ini diperlukan karena komunikasi konstan antara PR dan masyarakat merupakan roh dari *public relations*. PR juga harus berpikir kritis sehingga bisa memberikan solusi untuk masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

1.6.2. Krisis

Menurut Laurence Barton (Dalam Prayudi, 2016;167) menjelaskan bahwa krisis merupakan suatu kejadian besar dan tidak terduga yang memiliki potensi untuk berdampak negatif. Kejadian ini bisa saja menghancurkan organisasi dan karyawan, produk, jasa, kondisi keuangan dan reputasi. Krisis tidak memiliki batas. Krisis bisa saja menimpa perusahaan, instansi

pemerintahan, rumah ibadah , instansi penegak hukum, koperasi dan individu. Krisis dapat dikatakan sebagai suatu keadaan yang tidak stabil dan dapat mengganggu aktivitas perusahaan. Namun apabila dikelola dengan baik krisis yang tadinya merupakan ancaman dapat menjadi peluang untuk menunjukkan kinerja perusahaan pada public perusahaan.

Adapun salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi krisis adalah dengan mengenali jenis krisis yang berpotensi menimpa perusahaan. Tim manajemen krisis perusahaan yang bertanggung jawab dalam mengatasi krisis dalam sebuah perusahaan perlu mengidentifikasi jenis krisis yang mungkin bisa menimpa organisasi. Pada tahapan sederhana, krisis bisa dibagi menjadi 3 jenis, yaitu :

1. *Operational crisis*, krisis sehari-hari yang terjadi ketika organisasi beraktifitas dan melayani pelanggan. Krisis ini biasanya bisa segera diatasi dengan manajemen yang baik.
2. *Sudden crisis*, krisis yang terjadi secara tiba-tiba misalnya bencana alam, kebakaran, atau sabotase. Biasanya sudden crisis membawa dampak besar pada perusahaan. Meski terjadi secara tiba-tiba tidak berarti organisasi tidak bisa mengantisipasinya. Organisasi bisa menyusun prosedur operasi standar (SOP) yang dibutuhkan saat krisis terjadi.
3. *Potential Crisis*, krisis yang diawali dengan gejala dan menjadi besar jika tidak ditangani dengan baik. Hal ini biasanya berupa penjualan yang menurun, tidak tanggap terhadap perubahan lingkungan dan peta

persaingan, atau kesulitan keuangan. Krisis ini bisa mengganggu aktifitas jangka panjang organisasi dan harus diatasi dengan pendekatan perencanaan stratejik dan proses manajemen krisis.

Menurut Firsan Nova (Nova, 2011; 95) ada lima tahapan dalam siklus hidup krisis yang harus dikenal dan dipahami sebagai berikut.

1. Tahap *pre-crisis* (sebelum krisis)

Pre-crisis adalah kondisi sebelum sebuah krisis muncul. Benih krisis sudah ada sehingga jika muncul suatu kesalahan yang kecil saja krisis dapat terjadi. Benih ini mulai tumbuh apabila tidak diperhatikan karena 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. Didalamnya untuk suatu masalah untuk pertama kalinya dikenali, dapat dipecahkan dan diakhiri selamanya, atau dibiarkan berkembang menuju kepada kerusakan yang menyeluruh. Krisis tidak dapat dengan mudah muncul pada tahap ini karena ketakutan menghadapi ‘badai’ atau ‘masalah’ dan mengaggapnya tidak ada. Reaksi umum yang terjadi pada tahap ini adalah kaget atau menyangkal dan pura-pura merasa aman.

3. Tahap *acute crisis* (akut)

pada tahap ini mulai terbentuk dan media juga public mulai mengetahui adanya masalah. Jika krisis sudah mencapai 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 memulainya 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 dan/atau 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 public, dan litigasi. Tetapi hikmah yang dapat diambil, yakni perusahaan dapat melihat bagaimana suatu krisis akan timbul, bagaimana menghadapi krisis dan memastikan krisis tidak akan pernah terulang lagi.

5. Tahap *post-crisis* (sesudah krisis)

Inilah tahap yang telah disebutkan sebelumnya, yakni perusahaan seharusnya bereaksi saat suatu krisis muncul ketahap *warning*. Jika sejak awal tidak dihentikan, krisis akan terjadi. Jika perusahaan memenangkan kembali kepercayaan public dan dapat beroperasi kembali dengan normal, maka secara formal dapat dikatakan krisis telah berakhir.

1.6.3. MANAJEMEN ISU

Manajemen isu merupakan proses proaktif dalam mengelola isu-isu, tren atau peristiwa potensial, eksternal dan internal, yang memiliki dampak baik negative atau positif terhadap isu yang menjadikan isu sebagai peluang meningkatkan reputasi perusahaan. Upaya mengelola isu dilakukan dengan cara memonitor, mengidentifikasi, menganalisis, membuat kebijakn strategik pada tingkat manajemen, implementasi kebijakan sebagai tindakan mengantisipasi isu dan mengevaluasi dampak kebijakan dalam rangka mendukung kontuinitas aktivitas perusahaan (Prayudi, 2016 : 105-106).

Adapun tahapan manajemen isu menurut Chase-Jones:

1) Identifikasi isu

Tujuan utama identifikasi isu adalah untuk menempatkan prioritas awal atas berbagai isu yang muncul. Isu-isu tersebut dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis, sumber respon, geografis, jarak terhadap control, kepentingan, factor serta dampak apabila isu berkembang.

2) Analisa isu

Fokus utama tahap ini adalah untuk memanfaatkan pengalaman masa lalu dengan isu saat ini. Hal ini dapat dilakukan dengan pengamatan/penelitian kuantitatif dan kualitatif mengenai bagaimana yang orang rasakan berkaitan dengan isu tersebut, tindakan apa yang telah diambil, bagaimana perusahaan melakukan sesuatu hal tersebut.

3) Strategi Perumusan Manajemen Isu

Menurut Monstad (dalam Prayudi 2016:111) terdapat tiga strategi dalam tahap merumuskan program-program yang dapat dilakukan organisasi dalam merespon sebuah isu, antara lain :

- *Strategi Reaktif* merupakan upaya pihak manajemen untuk menunda keputusan kebijakan public dengan maneuver taktis. Namun, strategi ini bisa menyebabkan perusahaan menjadi korban dari perubahan yang telah diputuskan.
- *Strategi Adaptif* meliputi keterbukaan terhadap perubahan. Perusahaan bersedia dan berusaha mengakomodasi untuk menghindari tuntutan yang tidak diterima dilanjutkan ke jalur hukum.
- *Strategi dinamik* menekankan aspek proaktif perusahaan terhadap perubahan dan menawarkan solusi. Artinya pihak manajemen

menjadi bagian dari pemecahan ,asalah bukannya menjadi masalah itu sendiri.

4) Pemrograman Tindakan terhadap Isu

Dalam tahap ini, semua bagian organisasi harus dimanfaatkan dan disinkronisasikan satu sama lain. Dengan kata lain tahap ini membutuhkan koordinasi sumber-sumber untuk menyediakan dukungan maksimal agar tujuan dan target dapat tercapai.

5) Evaluasi Hasil

Tahap akhir adalah mengevaluasi hasil program yang didapat (actual) dibandingkan dengan hasil program yang dihasilkan.

1.6.4. MANAJEMEN KRISIS

Manajemen krisis menurut Fearn-Banks (Prayudi, 2011 ; 218) merupakan proses perencanaan strategis terhadap krisis atau titik balik negative, sebuah proses yang mengubah beberapa resiko dan ketidakpastian dari keadaan negatif dan berusaha agar organisasi dapat mengendalikan sendiri aktivitasnya

Manajemen krisis merupakan sebuah proses yang dirancang untuk mencegah atau mengurangi dampak sebuah krisis terhadap organisasi dan publiknya. Pada prinsipnya, manajemen krisis adalah sebuah proses. Sebagai sebuah proses manajemen krisis dapat dibagi menjadi tiga tahapan;

1. Pra krisis, yaitu fokus pada pencegahan dan persiapan
2. Respon krisis, ketika manajemen harus mengatasi krisis yang muncul

3. Pasca krisis, tahapan dimana evaluasi dilakukan untuk mencari cara yang lebih baik dalam menghadapi krisis di masa datang dan memenuhi komitmen yang dilakukan selama masa krisis, termasuk menindak lanjuti informasi.

1.6.4.1. Managing The Press Conference

Tidak dianjurkan untuk menadakan press conference di tempat perusahaan. *Reconnaissance* (*reconnaissance* adalah sebuah fase persiapan sebelum melakukan penyerangan, dimana kegiatan intinya adalah mengumpulkan informasi sebanyak mungkin mengenai sasaran) harus dilakukan di dekat setiap lokasi mempertimbangkan resiko dan kesepakatan yang dibuat, mungkin dengan hotel, kota setempat, atau balai desa, yang dapat dengan cepat didirikan sebagi pusat media selama darurat. Media harus diberitahu tentang waktu konferensi pers. Kunci sebelum melakukan koferensi pers adalah adanya pelatihan dan persiapan. Konferensi pers harus berisi :

1. Dua pintu masuk, satu untuk manajemen, satu untuk media
2. Diagram atau materi visual yang membantu untuk menjelaskan
3. Background informasi pers
4. Minuman, fasilitas toilet
5. Keamanan

1.6.4.2. Dealing With The Television Interview

Pelatihan untuk juru bicara televisi sangat penting untuk scenario krisis, sebagian memberikan teknik dan memberikan kepercayaan diri namun juga tidak lupa untuk mencari yang terbaik. Tips dasar yang perlu diingat :

1. Siapkan tiga poin utama yang sesuai, pertama merujuk kepada orang-orang, kedua kerusakan lingkungan atau property dan ketiga konsekuensi keuangan.
2. Jika memungkinkan, berlatih wawancara terlebih dahulu
3. Jangan berspekulasi tentang penyebab kejadian tersebut
4. Mengantisipasi pertanyaan kemungkinan terburuk dan menyusun jawaban yang cocok.
5. Pujilah tindakan badan pihak ketiga, seperti polisis, pemadam kebakaran, dll.
6. Jangan menyalahkan perusahaan, karyawan atau pihak ketiga
7. Perhatikan pewawancara, jangan pernah berbicara dengan kamera kecuali itu wawancara terstruktur.
8. Pastikan tiga poin utama dikomunikasikan terlepas dari pertanyaan yang diajukan.
9. lompoti kebohongan, sindiran atau komentar menyesatkan dengan segera tandai : jika perlu lakukan interupsi.

1.6.4.3. Responding to Media Calls

Telepon masuk dari media akan jauh lebih penting daripada jumlah wartawan yang bisa mengakses situs. Perusahaan disarankan untuk menyediakan ruang respon telepon media yang dilengkapi perangkat yang memadai dan nomor

telepon khusus yang dapat dengan cepat tersebar melalui layanan kabel dalam keadaan darurat. Hal ini dilakukan untuk mencegah switchboard utama macet dan memungkinkan bisnis berjalan normal di kemudian hari.

Item yang harus disimpan dalam keadaan siap untuk tim respon telepon media meliputi :

- 1) Bantalan lembar log bernomor untuk setiap anggota tim
- 2) Kotak pengajuan untuk setiap individu
- 3) *Flipchart* dan pena
- 4) Papan tulis dan pena yang tepat
- 5) Pea situs yang terdampak
- 6) Mesin fax dan fotokopi
- 7) Minuman
- 8) Fakta cepat tentang perusahaan dan instansi yang terkena dampak

Fakta cepat adalah istilah yang diciptakan untuk menggambarkan kesetaraan tim telepon media terhadap paket informasi dan latar belakang. Ditulis dalam bahas percakapan dan diindeks dengan teliti, berisi jawaban atas setiap pertanyaan wartawan yang diantisipasi yang mungkin ditanyakan dalam situasi krisis. Hal ini juga berisi daftar pertanyaan tentang setiap jenis krisis yang mungkin dihadapi perusahaan sehingga jawaban dapat diisi pada awal keadaan darurat. Pertanyaan-pertanyaan ini bertindak sebagai catatan pembantu tentang subyek untuk memperoleh informasi penting yang mungkin dilupakan pada saat panas.

1.6.4.4. TEORI KOMUNIKASI SITUASI KRISIS

Beberapa penelitian memfokuskan pada membangun hubungan antara pengakuan tanggung jawab krisis dan ancaman terhadap reputasi organisasi. Teori Komunikasi Situasi Krisis (*situation Crisis Communication Theory* atau SCCT) ini mengembangkan dan menguji hipotesis mengenai bagaimana persepsi terhadap situasi krisis mempengaruhi respon krisis dan pengaruh respon krisis terhadap dampak (*outcomes*) seperti reputasi, emosi dan perhatian. SSCT dimulai dengan manajer krisis menganalisa situasi krisis untuk menilai tingkat ancaman krisis terhadap reputasi. Ancaman adalah jumlah kerusakan yang bisa ditimbulkan oleh krisis terhadap reputasi organisasi jika manajemen tidak mengambil tindakan apapun terhadap krisis. Ada tiga factor dalam situasi krisis yang membentuk ancaman terhadap reputasi : (1) tanggung jawab krisis awal, (2) riwayat krisis, (3) riwayat hubungan (Coombs,2007).

Menurut Coombs & Holladay(dalam Prayudi. 2016;203-204) teori ini berargumen bahwa manajer krisis memadankan strategi perbaikan reputasi mereka dengan ancaman reputasi dari situasi krisis. Tim manajemen krisis harus menggunakan strategi perbaikan reputasi akomodatif seiring dengan meningkatnya krisis.

Berdasarkan Teori SCCT, tim manajemen krisis melakukan dua tahap untuk menilai ancaman reputasi dari sebuah krisis. Langkah pertama adalah menentukan jenis krisis yang menimpa organisasi. Tim manajemen krisis

mempertimbangkan bagaimana media berita dan pemangku kepentingan mendefinisikan krisis yang terjadi. Jenis krisis mengarah pada bagaimana sesungguhnya krisis dibingkai oleh pemangku kepentingan. Tabel 1.1 menggambarkan jenis krisis dan ancaman reputasi. Bingkai merupakan petunjuk yang digunakan oleh pemangku kepentingan untuk menginterpretasi krisis yang muncul (Coombs & Holladay, 2002). Jenis krisis merupakan sebuah bingkai yang menentukan bagaimana orang seharusnya menginterpretasi sebuah krisis. Apakah krisis yang sedang terjadi masuk dalam kategori kecelakaan, sabotase produk atau bencana alam ?

SCCT menempatkan bahwa masing-masing krisis mendorong tingkat tanggung jawab krisis yang spesifik dan bisa diduga-atribusi tanggung jawab organisasi terhadap krisis. Teori ini mengidentifikasi tiga jenis pengelompokan krisis berdasarkan atribusi tanggung jawab krisis:

<p>1. Krisis korban : tanggung jawab krisis minimal Organisasi dilihat sebagai korban dari peristiwa krisis</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Natural disaster</i> : sebagai korban dari peristiwa krisis • <i>Rumors</i> : informasi keliru dan merusak seputar organisasi • <i>Workplace violence</i> : serangan mantan atau karyawan aktif terhadap karyawan tempat kerja. • <i>Product Tampering/Malavolence</i> : agenluar yang menyebabkan kerusakan organisasi
<p>2. Krisis Kecelakaan : tanggung jawab krisis rendah</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Challenges</i>: public mengklaim bahwa organisasi beroperasi dengan cara yang tidak benar • <i>Technical error accidents</i>: kegagalan peralatan atau teknologi yang menyebabkan kecelakaan industry. • <i>Technical error product harm</i>: kegagalan peralatan atau teknologi yang menyebabkan produk tidak bekerja atau berpotensi merusak.

<p>3. Krisis yang bisa dicegah : tanggung jawab krisis kuat</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Human-error accidents</i>: kecelakaan industry karena kesalahan manusia. • <i>Human-error product harm</i>: produk tidak berguna atau berpotensi bahaya karena kesalahan manusia. • <i>Organizational misdeed</i>: aksi manajemen yang menempatkan public pada resiko dan/atau bertentangan dengan hukum.

Tabel 1.1 Jenis Krisis dilihat dari Atribusi Tanggung Jawab Krisis

Dengan mengidentifikasi jenis krisis, tim manajemen krisis bisa menentukan seberapa besar pemangku kepentingan akan meletakkan tanggung jawab krisis pada organisasi. Tanggung jawab krisis menunjukkan ancaman awal terhadap reputasi karena tanggung jawab krisis terbukti berdampak negative pada reputasi organisasi.

Langkah kedua adalah mereview factor-faktor ancaman krisis. Untuk memudahkan mereview ancaman, ada dua factor yang perlu diperhatikan : konsistensi dan keunikan. Konsistensi dioperasionisasikan sebagai sejarah krisis. Perlu dilihat apakah organisasi pernah mengalami krisis serupa di masa lalu. Hal ini bisa dilihat dari sejarahkrisis dan reputasi yang pernah dialami organisasi. Jika organisasi memiliki sejarah krisis serupa atau reputasi negative, ancaman reputasi meningkat.

Konsistensi dianggap tinggi jika organisasi pernah mengalami krisis serupa. Sejarah krisis menunjukkan bahwa organisasi memiliki masalah yang

sama dan perlu segera diatasi. Hal ini dikarenakan organisasi secara konsisten mengalami krisis. Sedangkan keunikan bisa dilihat sebagai sejarah memperlakukan pemangku kepentingan dengan buruk. Konsistensi yang tinggi atau keunikan yang rendah dalam konteks krisis bisa menjadi ancaman. Masing-masing elemen menunjukkan bahwa krisis merupakan bagian dari, pola perilaku dan bukannya insiden yang terisolir (Coombs,2007)

1.6.5. OPERASIONALISASI KONSEP

Penelitian ini berfokus pada strategi PR yang digunakan oleh Humasda PT. KAI Daop 4 Semarang dalam pengelolaan krisis dengan warga Kebonharjo mengenai reaktivasi jalur rel kereta api yang mengakibatkan munculnya pemberitaan negative oleh media dan menciptakan citra buruk pada PT.KAI Daop 4 Semarang. PT.KAI Daop 4 Semarang berupaya untuk menganalisis situasi krisis yang dihadapi PT.KAI Daop 4 Semarang. Tahapan-tahapan tersebut antara lain :

- a. Tahap *pre-crisis*. Krisis belum diketahui
- b. Tahap *warning*. Ketika suatu masalah muncul untuk pertama kalinya.
- c. Tahap *acute* (akut). Ketika krisis mulai terbentuk, media dan public mulai mengetahui adanya masalah.
- d. Tahap *clean-up* (pembersihan). Ketika perusahaan harus menghadapi hal-hal yang terkait dengan hukum,media,tekanan public, dan litigasi.

- e. Tahap *post-crisis* (sesudah krisis). Ketika perusahaan seharusnya bereaksi saat suatu krisis muncul ke tahap warning.

Dalam mengelola krisis, PT.KAI Daop 4 Semarang dapat melakukan pendekatan yang terstruktur untuk memberikan strategi komunikasi yang tepat sehingga informasi yang diberikan kepada khalayak dapat sampai dengan cepat dan dapat meminimalisasi resiko kesalahan informasi dan membantu mengurangi kerugian. Adapun Tahapan-tahapan tersebut adalah:

- a. Membuat rancangan strategi pengelolaan manajemen krisis, yaitu dengan mengidentifikasi krisis yang potensial menimpa perusahaan dan pihak mana saja yang akan terkena dampaknya.
- b. Persiapan, yaitu memilih dan mempersiapkan kegiatan yang dianggap dapat mengatasi dan memperbaiki situasi krisis.
- c. Implementasi, yaitu melaksanakan mekanisme yang telah dirancang dan telah disiapkan dan melakukan monitoring terhadap hasil program kerja yang telah dilakukan.

1.7.METODA PENELITIAN

1.7.1. Desain Penelitian

Metode penelitian kualitatif yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Menggunakan berbagai metode

seperti wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, hasil survey dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara terperinci (Mulyana, 2003:201).

Robert K. Yin (Bungin,2005 : 20) mengintrodusir studi kasus itu lebih banyak berkuat pada atau berupaya menjawab pertanyaan-pertanyaan”How”(bagaimana) dan “Why” (mengapa), serta pada tingkat tertentu juga menjawab pertanyaan “what” (apa/apakah), dalam kegiatan penelitian. Bentuk pertanyaan yang diajukan dalam penelitian pada gilirannya turut menentukan strategi penelitian semacam apakah yang kelak digunakan. Alasan inilah yang membuat peneliti memilih studi kasus sebagai pendekatan dalam penelitian. Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan Bagaimana strategi *public relations* yang dilakukan oleh Humasda PT.KAI Daop 4 Semarang dalam pengelolaan krisis konflik dengan warga Kebonharjo tentang reaktivasi jalur rel kereta api.

1.7.2. Situs Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. KAI Daop 4 Semarang. PT. KAI Daop 4 Semarang dipilih oleh peneliti karena kasus yang terjadi antara warga kebonharjo dengan PT. KAI Daop 4 Semarang tentang reaktivasi jalur rel kereta api menciptakan pemberitaan negative mengenai PT. KAI Daop 4 Semarang oleh media massa.

1.7.3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah pegawai Humasda PT. KAI Daop 4 Semarang yang terdiri Manajer Humasda dan Staff Humasda PT. KAI Daop 4 Semarang dan 2 orang informan warga Kebonharjo, Media Massa.

1.7.4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan narasumber menggunakan *interview guide*. Data diperoleh langsung dari penelitian di lapangan berupa hasil wawancara dengan subyek penelitian yaitu manajer humasda PT. KAI Daop 4 Semarang, staff humasda PT. KAI Daop 4 Semarang yang menceritakan tentang strategi yang digunakan dalam menghadapi krisis tentang reaktivasi jalur rel kereta api dengan warga Kebonharjo, Semarang Utara serta wawancara dengan warga kebonharjo mengenai masalah reaktivasi jalur rel kereta api.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang diperoleh peneliti dari luar dari partisipan baik secara lisan maupun tulisan. Data ini dapat berupa studi literatur terkait permasalahan penelitian, data dari instansi terkait, serta sumber informasi dari media massa seperti : surat kabar, majalah, internet, maupun media lainnya.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara mendalam (*indepth nterview*). Dengan wawancara peneliti dapat secara aktif berkomunikasi dan mengkonstruksikan data tentang permasalahan yang dibahas. Menurut Burhan Bungin dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kualitatif*, wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*interviewee*) (Bungin, 2007). Wawancara mendalam merupakan mengumpulkan data dengan cara langsung bertatap meka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topic yang diteliti (Bungin, 2007 :155).

1.7.6. Analisis dan Interpretasi Data

Dalam menganalisis data kualitatif, sumber yang digunakan oleh peneliti adalah hasil wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan para informan. Ada tiga tahap yang dapat dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis data yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif. Tiga tahapan tersebut menurut seiddel adalah (Moleong 2007: 248)

- 1) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.

- 2) Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar dan membuat indeksinya.
- 3) Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data tu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

1.7.7. Keabsahan penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahaan (*Trustworthiness*) data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan sebagai pembanding terhadap data itu. Menurut Denzin (Moleong:2004 :178) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang dengan situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat

dan pandangan orang, (5) membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan.

Pada triangulasi dengan metode menurut Patton (1987:329) terdapat dua strategi, yaitu (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Teknik triangulasi yang ketiga ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Triangulasi dengan teori, menurut Lincoln dan Guba (1981:307), berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori.

Susan Stainbuck dalam Sugiyono (2012:241) menambahkan bahwa tujuan dari triangulasi ini bukanlah untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Teknik triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data dibandingkan dengan satu pendekatan.