

Strategi komunikasi pra krisis dalam perspektif manajemen isu (studi kasus: cost recovery di PT Chevron Pacific Indonesia) =
Communication pre crisis strategy from the perspective of issue management (a case study: cost recovery at PT Chevron Pacific Indonesia)

Shalina Amriel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20414135&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebuah studi penelitian kualitatif yang meneliti strategi komunikasi pra krisis suatu perusahaan multinasional yang bergerak dibidang minyak dan gas bumi di Indonesia. Analisa dilakukan dengan mengintegrasikan konsep teoritis dari manajemen isu, yaitu menganalisa disetiap tahapan siklus hidup isu untuk melihat (1) peristiwa kunci dan pengaruh dan kekuatan pemangku kepentingan yang terlibat (2) cara perusahaan dan pemangku kepentingan mempersepsikan isu dan menganalisa kesenjangan, dan (3) strategi komunikasi perusahaan dalam menutup kesenjangan dan mencegah isu menjadi krisis. Data dari media online digunakan sebagai sumber data utama dan wawancara mendalam sebagai sumber data sekunder.

Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa perusahaan yang bergerak dalam bisnis strategis dengan lingkup nasional dan kontrak kerja yang panjang, tidak bisa dilepaskan dari aspek politik yang memiliki pengaruh kuat terhadap dinamika isu dan pemangku kepentingan. Konsep strategi komunikasi pra krisis yang disarankan oleh kerangka konsep tidak bisa diterapkan dalam prakteknya. Organisasi harus memiliki sistem manajemen komunikasi politik dan opini publik untuk mengelola kepentingan perusahaan dan pemangku kepentingan tanpa harus terlibat dalam politik praktis.

<hr>

A qualitative research study investigates the communication pre crisis strategy of a multinational oil and gas company in Indonesia. The analysis incorporated integrating a theory of issue management to analyse each stage of the issue life cycle to see (1) the key events and the power of the stakeholders involved (2) the way that the company and the stakeholders perceive the issue and the gap analysis (3) the communication strategy used by the company to prevent crisis. Primary data was collected from online media while secondary data was collected from in depth interviews.

The finding of the study indicates that when a corporation is engaged in strategic business of national scope and lengthy contract duration, the business can not be separated from the political aspects which have a stronger influence on the issue and stakeholder dynamics. In such a case, the application of communications strategy concepts suggested by the conceptual framework may not be appropriate. The organization must have a political communication and public opinion management system to manage the interests of the company and the stakeholders without having to engage in practical politics.