Strategi Komunikasi Krisis Patera Foundation dalam Mengatasi Kegagalan Pelaksanaan Program Pengembangan Pertanian

Rachel Triana Azzahra[1], Mohamad Ghozali Moenawar[2], Suparman[3], Nabhila Manisya[4], Salwa Putri Awalina[5]
IPB University
E-mail: racheltrianaazzahra@apps.ipb.ac.id[1], ghozali@uai.ac.id[2], parman@apps.ipb.ac.id[3], badarmuhammad@apps.ipb.ac.id[4] , nabhilamanisya@gmail.com[5], salwaputriawalina@gmail.com[6]

Article History:
Received: 30 November 2024
Revised: 01 Januari 2025
Accepted: 11 Januari 2025

Keywords: *Komunikasi Krisis, Patera Foundation, pengembangan Pertanian, Reputasi Organisasi*

Abstract: *Krisis dalam pelaksanaan program pengembangan pertanian dapat mengancam reputasi organisasi nonprofit seperti Patera Foundation. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Patera Foundation dalam menghadapi kegagalan program tersebut. Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif terhadap data dari wawancara dan dokumentasi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Patera Foundation menerapkan pendekatan komunikasi yang mengedepankan transparansi dan penjelasan mengenai penyebab kegagalan, serta langkah-langkah perbaikan yang diambil. Strategi ini berhasil memulihkan sebagian kepercayaan publik dan pemangku kepentingan, meskipun tantangan tetap ada. Sebagai kerangka analisis, yang membagi strategi respon krisis menjadi empat kategori utama: deny (menyangkal), diminish (mengurangi), dan rebuild (membangun kembali), serta satu strategi tambahan yaitu reinforcing (memperkuat). Temuan ini memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan strategi komunikasi krisis di sektor pertanian dan organisasi serupa.*

PENDAHULUAN

Komunikasi krisis merupakan salah satu isu yang semakin mendapat perhatian, terutama dalam konteks organisasi dan perusahaan di era digital ini. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi, setiap organisasi dituntut untuk mampu mengelola krisis dengan baik, termasuk organisasi nonprofit yang memiliki misi sosial. Sebuah organisasi mengalami kegagalan dalam melaksanakan program strategisnya, reputasi dan kepercayaan publik dapat terguncang, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi krisis yang efektif untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin terjadi. Komunikasi krisis menjadi instrumen penting yang digunakan untuk mengelola krisis, dengan tujuan utama menjaga citra dan reputasi organisasi di mata para pemangku kepentingan.

Komunikasi krisis dapat didefinisikan sebagai proses interaksi antara organisasi dengan publik yang bertujuan untuk merespon dan menangani krisis. Saat krisis terjadi, organisasi perlu menggunakan berbagai alat komunikasi yang dimiliki, termasuk hubungan masyarakat (*public*

relations), untuk memastikan pesan yang disampaikan kepada publik jelas, tepat waktu, dan dapat meredakan kekhawatiran yang ada.

Menurut Fearn-Banks (2020) menekankan bahwa manajemen krisis yang efektif tidak hanya membantu organisasi untuk bertahan dari krisis, tetapi juga menciptakan peluang untuk memperkuat reputasi mereka setelah krisis berlalu. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi yang mampu menghadapi tantangan dengan cara yang profesional dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan publik. Penggunaan alat komunikasi yang tepat, termasuk hubungan masyarakat, sangat penting untuk menyampaikan pesan yang jelas dan tepat waktu kepada publik. Dunia sekarang semakin terhubung secara digital, komunikasi krisis tidak hanya terjadi melalui saluran tradisional tetapi juga melalui media sosial, yang dapat mempercepat penyebaran informasi serta respon publik terhadap krisis.

Patera Foundation merupakan sebuah perusahaan, yayasan, dan organisasi nonprofit yang bergerak dibidang pengelolaan sumber daya alam dan pemberdayaan masyarakat di Indonesia. Patera Foundation telah banyak membantu masyarakat kurang mampu melaui berbagai programnya dengan misi menciptakan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, namun karena perusahaannya nonprofit diperjalanannya sempat mengalami krisis pada kegagalan pelaksanaan program pengembangan pertanian. Krisis yang dialami oleh Patera Foundation merupakan contoh konkret bagaimana kegagalan dalam melaksanakan program dapat berdampak besar terhadap reputasi dan kepercayaan publik. Program pengembangan pertanian yang dilaksanakan oleh yayasan ini bertujuan untuk membantu petani meningkatkan hasil panen mereka, namun akibat kegagalan pelaksanaan program tersebut, yayasan ini tidak hanya mengalami kerugian finansial, tetapi juga kehilangan kepercayaan dari berbagai pihak, termasuk petani, investor, dan masyarakat luas. Situasi seperti ini, penerapan strategi komunikasi krisis yang tepat menjadi sangat penting untuk mengurangi dampak negatif dan memulihkan citra yayasan. Sebagai organisasi nonprofit, reputasi mereka sangat bergantung pada kepercayaan publik dan pemangku kepentingan lainnya. Setiap kegagalan program dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap misi sosial yang diemban oleh yayasan ini. Oleh karena itu, sangat penting bagi Patera Foundation untuk mengadopsi strategi komunikasi krisis yang tidak hanya mampu menjelaskan penyebab kegagalan, tetapi juga menunjukkan langkah langkah yang akan diambil untuk memperbaiki situasi dan mencegah terulangnya kesalahan yang sama di masa depan.

Organisasi nonprofit seperti Patera Foundation memiliki peran penting dalam pembangunan sosial dan ekonomi, terutama melalui program-program pertanian yang mereka jalankan. Namun, ketika terjadi kegagalan dalam pelaksanaan program, dampaknya tidak hanya terbatas pada hilangnya dana atau sumber daya, tetapi juga dapat merusak reputasi organisasi dan mengurangi kepercayaan dari para donor, mitra, dan penerima manfaat.

Konteks krisis yang dialami oleh Patera Foundation, *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) menjadi teori yang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini. SCCT menekankan pentingnya memahami atribusi publik terhadap krisis dan bagaimana persepsi ini mempengaruhi respon organisasi. Menurut teori ini, publik memiliki pandangan tertentu terhadap krisis berdasarkan siapa yang mereka anggap bertanggung jawab atas terjadinya krisis. Jika publik merasa bahwa organisasi bertanggung jawab atas krisis, maka tanggapan organisasi harus lebih defensif dan berfokus pada penjelasan serta pertanggungjawaban. Sebaliknya, jika krisis terjadi karena faktor eksternal yang di luar kendali organisasi, respon yang lebih terbuka dan bersifat korektif dapat digunakan untuk meredakan krisis.

Melalui penggunaan teori SCCT, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran

mengenai bagaimana Patera Foundation merespon krisis akibat kegagalan program pengembangan pertanian, serta apakah strategi komunikasi yang diterapkan telah sesuai dengan teori yang ada. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengisi kekosongan (gap) penelitian sebelumnya, khususnya dalam konteks lanjutan dari penelitian – penelitian terdahulu seperti pada jurnal "Strategi Komunikasi Krisis dalam Mengelola Isu Sensitif dalam Bisnis atau Organisasi" terdapat gap bagaimana strategi komunikasi krisis dapat diterapkan secara spesifik dalam menghadapi kegagalan pelaksanaan program pengembangan pertanian, terutama dalam mengelola reputasi dan kepercayaan publik. Selain itu jurnal "Strategi Komunikasi Krisis pada Era Digital" yang membahas strategi komunikasi krisis pada era digital, termasuk penggunaan internet dan media sosial. Gap yang terkait adalah tentang bagaimana strategi komunikasi krisis dapat diterapkan dalam menghadapi kegagalan pelaksanaan program pengembangan pertanian, terutama dalam mengelola informasi dan komunikasi kepada masyarakat. Serta kesesuaian dengan hasil penelitian sebelumnya terkait "Komunikasi Krisis Kementerian Pertanian pada Kasus Penggerebekan Gudang Beras PT Ibu."

Penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi teoritis, tetapi juga kontribusi praktis bagi organisasi-organisasi serupa yang mungkin menghadapi tantangan yang sama di masa mendatang. Penelitian ini berfokus pada "Strategi Komunikasi Krisis Patera Foundation dalam Mengatasi Kegagalan Pelaksanaan Program Pengembangan Pertanian." Melalui penelitian ini diharapkan akan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi krisis yang tepat dapat membantu organisasi nonprofit seperti Patera Foundation mengelola dampak dari kegagalan program, serta bagaimana strategi ini dapat diterapkan secara efektif untuk memulihkan reputasi dan membangun kembali kepercayaan publik. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi organisasi lain yang bergerak di sektor yang sama, untuk lebih siap menghadapi potensi krisis yang mungkin terjadi di masa depan.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis adalah proses strategis yang melibatkan pesan-pesan yang dirancang untuk mengelola persepsi dan perilaku publik selama keadaan darurat. Tujuannya adalah untuk membangun kepercayaan, mengurangi informasi yang salah, dan menyampaikan informasi yang akurat kepada masyarakat dan pemangku kepentingan (Zhou Xu 2024). Artinya hal ini menekankan bahwa dalam situasi krisis, seperti kegagalan pelaksanaan program pengembangan pertanian, komunikasi yang transparan sangat penting untuk membangun kembali kepercayaan Masyarakat karena komunikasi krisis bertujuan untuk mengurangi informasi yang salah dan membangun kepercayaan.

Komunikasi krisis juga bertujuan untuk mendidik masyarakat dan memastikan kejelasan serta empati dalam penyampaian informasi, sambil meminimalkan kesalahan informasi dan ketakutan (Chandralekha 2024). Empati dalam penyampaian pesan sangat diperlukan untuk mengatasi ketakutan dan kebingungan di kalangan pemangku kepentingan. Pentingnya komunikasi krisis terletak pada kemampuannya untuk mengelola penyebaran informasi secara efektif. Ini termasuk mengatasi kontroversi dan kesulitan yang muncul selama krisis, serta menjaga reputasi organisasi (Fearn-Banks 2024).

Penulis menyoroti bahwa manajemen informasi yang efektif adalah kunci untuk mengatasi tantangan yang dihadapi. Komunikasi krisis harus mampu mengelola penyebaran informasi secara efektif dan mengatasi kontroversi. Proses ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi upaya komunikasi untuk mempertahankan reputasi selama krisis (Sandi 2023). Melalui

pendekatan yang tepat, organisasi dapat meminimalkan kerusakan, memastikan keselamatan, dan memulihkan reputasi mereka (Nurhakki 2023).

Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat berfungsi untuk mendamaikan perilaku organisasi dengan kepentingan publik. Ini dilakukan melalui komunikasi strategis dan keterlibatan dengan lingkungan di mana organisasi beroperasi (Sakdiyah 2024). Hubungan Masyarakat juga memfasilitasi komunikasi dua arah antara institusi dan masyarakat, yang penting untuk meningkatkan citra dan reputasi lembaga (Syakir 2023). Sebagai fungsi manajemen, bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan pemangku kepentingannya. Hal ini penting untuk mencapai tujuan organisasi serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan (Verwey 2022). Konteks pada Patera Foundation, penulis menekankan bahwa melalui pendekatan komunikasi dua arah, Patera Foundation dapat mendengarkan kekhawatiran masyarakat dan menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pernyataan ini sejalan dengan pandangan Syakir (2023) tentang pentingnya komunikasi dua arah dalam meningkatkan citra lembaga. Penulis juga mencatat bahwa strategi hubungan masyarakat yang efektif dapat membantu Patera Foundation dalam memperbaiki citra mereka setelah kegagalan program, dengan memastikan bahwa semua pihak merasa dilibatkan dalam proses pemulihan. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan public dan masyarakat sangat penting dalam membangun kembali kepercayaan.

Pemangku Kepentingan

Pemangku kepentingan dalam konteks perusahaan selama krisis adalah individu atau kelompok yang terpengaruh oleh atau terlibat dalam operasi organisasi. Keterlibatan mereka sangat penting untuk manajemen krisis yang efektif (Myeza 2023). Hal ini mencakup karyawan, pelanggan, dan masyarakat yang kesejahteraannya diprioritaskan dalam tanggapan perusahaan (Yaacoub 2023). Kepentingan dan kepercayaan pemangku kepentingan dapat secara signifikan mempengaruhi respon dan pemulihan organisasi selama krisis. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan dalam setiap langkah manajerialnya (Siebold 2023). Pemangku kepentingan juga mencakup kelompok lain seperti pemegang saham dan pemasok, yang semua memiliki peranan penting dalam menjaga ketahanan perusahaan (Billiet 2023). Melalui pemahaman teori-teori ini, organisasi dapat lebih baik merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi serta manajemen krisis yang efektif.

Keterlibatan aktif pemangku kepentingan adalah esensial dalam merespon kegagalan program, karena mereka adalah pihak yang paling merasakan dampaknya. Pernyataan ini mendukung argumen Myeza (2023) mengenai pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan dalam manajemen krisis. Penulis juga menambahkan bahwa dengan melibatkan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan, Patera Foundation dapat lebih baik memahami kebutuhan mereka dan merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi tantangan yang dihadapi. Hal ini menunjukkan bahwa mempertimbangkan kepentingan semua pihak terkait sangat penting untuk keberhasilan manajemen krisis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada wawancara mendalam atau *in depth interview* yakni metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai perspektif dan pengalaman individu. Menurut Kriyantono (2020), metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang kaya melalui interaksi tatap muka dengan informan, sehingga sangat cocok untuk memahami fenomena kompleks seperti strategi komunikasi krisis.

Tujuan dari wawancara mendalam adalah untuk memahami pandangan dan sikap responden terkait topik penelitian. Kriyantono (2020) menekankan bahwa wawancara ini bersifat tidak terstruktur, memberikan kebebasan kepada informan untuk menjawab sesuai dengan pengalaman mereka. Pada konteks penelitian ini, wawancara dilakukan dengan *stakeholder* Patera Foundation, termasuk *Executive Director*, *Secretary*, dan *Communication Manager*.

Wawancara ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi krisis yang diterapkan dalam menghadapi kegagalan program pengembangan pertanian di Indramayu, Subang, dan Purwakarta. Selain wawancara, observasi juga dilakukan untuk mendapatkan konteks tambahan mengenai interaksi antara tim Patera Foundation dan *stakeholder*. Menurut (Mataji Amirroud *et al*. 2023) menekankan eksplorasi pengalaman subjek secara menyeluruh, sementara (Raskind *et al*. 2019) menyatakan bahwa pendekatan ini memungkinkan penggalian informasi yang lebih dalam tentang perspektif informan.

Selain itu analisis data mengikuti tahapan Miles dan Huberman (2014) yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Tahap pengumpulan data diperoleh dari wawancara, observasi, dan studi literatur. Tahap reduksi dilakukan dengan menyaring informasi relevan terkait strategi komunikasi krisis. Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi. Terakhir, verifikasi dilakukan dengan *cross-checking* dari berbagai sumber dan konfirmasi temuan dengan informan untuk memastikan akurasi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Alur Peristiwa Krisis

Patera Foundation, sebuah organisasi yang berdedikasi dalam pengembangan masyarakat dan pelestarian lingkungan, mengalami krisis besar yang mengakibatkan kegagalan pada program pengembangan pertanian yang telah mereka jalankan. Program tersebut dirancang dengan tujuan utama untuk memberikan dukungan menyeluruh kepada masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan hutan. Pendampingan yang diberikan oleh Patera Foundation mencakup aspek-aspek penting seperti akses hukum bagi masyarakat terhadap lahan, peningkatan kapasitas atau keterampilan dalam bertani dan berdagang, serta bimbingan dalam menjalankan usaha bisnis yang berkelanjutan. Semua ini bertujuan untuk mendukung peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal sekaligus menjaga keberlanjutan ekosistem hutan.

Meskipun persiapan telah dilakukan dengan matang, Patera Foundation tetap menghadapi berbagai hambatan yang tidak terduga saat program mulai dijalankan. Hambatan ini muncul baik dari sisi teknis maupun sosial. Secara segi teknis, organisasi terbentur pada keterbatasan infrastruktur serta peralatan yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan program secara maksimal. Ketiadaan atau kekurangan sarana ini menghambat upaya mereka dalam memberikan pendampingan yang efektif bagi masyarakat. Hambatan sosial juga muncul karena sebagian dari masyarakat setempat merasa bahwa mereka tidak mendapatkan manfaat yang cukup dari program ini, sehingga menimbulkan perasaan ketidakpuasan di kalangan masyarakat.

Selain hambatan teknis dan sosial, Patera Foundation juga menghadapi tantangan besar dalam hal komunikasi dengan masyarakat lokal. Terdapat kesulitan komunikasi yang signifikan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi sasaran program, yang pada akhirnya menghambat pencapaian tujuan yang diharapkan. Kegagalan komunikasi ini menciptakan jarak antara Patera Foundation dengan masyarakat, sehingga mengakibatkan program tidak dapat berjalan dengan optimal. Menyadari adanya kegagalan dalam program ini, Patera Foundation segera mengambil langkah cepat untuk mencegah dampak yang lebih parah dan mengurangi potensi terjadinya krisis yang lebih besar. Sebagai respon awal, mereka mengadakan pertemuan

bersama para pemangku kepentingan utama serta perwakilan dari masyarakat lokal untuk membahas masalah yang terjadi. Forum diskusi ini mengambil keputusan untuk menghentikan sementara program tersebut guna melakukan evaluasi menyeluruh. Langkah ini diharapkan dapat membantu mereka memahami akar masalah dan mengembangkan solusi yang lebih efektif ke depannya.

Penelitian ini juga mengeksplorasi pandangan dari beberapa tokoh kunci di Patera Foundation yang terlibat langsung dalam program tersebut. *Stakeholder* yang berperan penting antara lain adalah Andani Mahardika yang menjabat sebagai *Excecutive Director* , *Secretary*, dan *Communication Manager*. Berdasarkan hasil wawancara dengan mereka, dapat disimpulkan bahwa kegagalan ini dianggap sebagai pelajaran berharga bagi organisasi. Patera Foundation melihat krisis ini sebagai peluang untuk memperbaiki diri dan meningkatkan responsivitas dalam menangani berbagai masalah yang mungkin timbul di lapangan di masa depan. Pandangan dari para pemimpin organisasi ini juga menunjukkan komitmen mereka untuk terus belajar dari pengalaman yang ada dan mengembangkan strategi yang lebih inklusif dan adaptif agar program-program selanjutnya dapat berjalan dengan lebih sukses dan memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat serta lingkungan.

2. Strategi Komunikasi Krisis

Patera Foundation menerapkan strategi komunikasi krisis berdasarkan teori *Situational Crisis Communication Theory* Timothy W. Coombs dan Sherry J. Holladay sejak tahun 1995. Teori SCC ini dapat digunakan *(SCCT)* digagas oleh untuk menjelaskan reaksi publik terhadap sebuah krisis dan strategi krisis (*crisis response*) yang dibuat oleh praktisi *Public Relations*. Teori ini memberikan kerangka kerja bagi organisasi untuk mengelola krisis dengan cara yang mempertimbangkan bagaimana publik memandang tanggung jawab organisasi terhadap permasalahan yang terjadi. SCCT menganalisis respon krisis dengan menilai dampak reputasional terhadap organisasi serta memberikan pedoman yang dapat membantu organisasi dalam memutuskan pendekatan komunikasi yang tepat. Dalam penerapannya pada kasus Patera Foundation, teori ini membagi respon komunikasi krisis ke dalam empat kategori utama yang digunakan secara strategis, yaitu menyangkal, mengurangi, memperbaiki, dan memperkuat. Patera Foundation menggunakan keempat pendekatan ini dalam menghadapi situasi krisis yang timbul akibat kegagalan program pengembangan pertanian.

1. *Deny* (menyangkal)

   Menurut Coombs (2020), strategi menyangkal adalah ketika organisasi berusaha untuk tidak mengakui adanya krisis. Patera Foundation tidak mengadopsi pendekatan ini secara langsung, karena mereka mengakui adanya masalah dalam program pengembangan pertanian. Penting untuk dicatat bahwa dalam beberapa situasi, organisasi mungkin merasa perlu untuk menyangkal tanggung jawab atas krisis yang terjadi. Hal tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh *Executive Director* Patera Foundation, yang menjelaskan bahwa kendala yang dihadapi organisasi terutama berkaitan dengan kondisi lapangan dan dinamika sosial masyarakat yang tidak dapat diprediksi sejak awal perencanaan. Patera Foundation memfokuskan strategi menyangkal untuk meyakinkan publik bahwa krisis ini bukanlah akibat kelalaian organisasi, melainkan hasil dari tantangan yang sulit diatasi di lapangan. Melalui strategi ini Patera Foundation berupaya untuk membangun persepsi positif di kalangan publik, mengubah pandangan masyarakat agar melihat krisis ini bukan sebagai ancaman yang dapat merusak reputasi organisasi, melainkan sebagai kesempatan berharga untuk memperoleh pelajaran yang mendalam dan memperkuat pertumbuhan jangka panjang organisasi.

2. *Diminish* (mengurangi)
   Patera Foundation menjelaskan bahwa kegagalan program disebabkan oleh faktor-faktor seperti cuaca buruk dan kurangnya dukungan dari pihak ketiga, sehingga mereka berusaha untuk meminimalkan kesalahan yang dianggap menjadi tanggung jawab mereka. Tahap berikutnya, Patera Foundation bertujuan untuk mengurangi atau memperkecil persepsi publik terkait dampak negatif krisis terhadap organisasi. Organisasi ini menegaskan bahwa meskipun mengalami kendala dalam pelaksanaan, kegagalan program tidak serta-merta menggoyahkan dasar visi dan misi yang menjadi landasan utama Patera Foundation. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Chandralekha (2024) bahwa penting bagi organisasi untuk menunjukkan bahwa meskipun ada hambatan, mereka tetap berkomitmen pada misi mereka dan berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Secretary* Patera Foundation menekankan bahwa meskipun terdapat hambatan yang dihadapi, prinsip utama organisasi untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat tetap dipegang teguh. Melalui pendekatan ini, Patera Foundation berusaha meminimalisir dampak buruk pada citra publiknya dan menegaskan kembali komitmen mereka terhadap tujuan jangka panjang organisasi. Strategi ini bertujuan agar masyarakat dapat melihat kegagalan tersebut sebagai bagian dari proses yang kompleks dan tidak mengabaikan nilai-nilai fundamental yang dipegang oleh Patera Foundation dalam mencapai misi sosial dan lingkungan.
3. *Rebuild* (membangun kembali)
   Tahap ketiga dalam strategi komunikasi krisis Patera Foundation adalah membangun kembali kepercayaan yang mungkin hilang di kalangan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. *Rebuild* adalah strategi yang digunakan untuk memulihkan reputasi organisasi setelah krisis. Menurut Jin (2020) membangun kembali kepercayaan publik memerlukan transparansi dan tindakan nyata dari organisasi. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Patera Foundation dengan memberikan penjelasan yang jelas mengenai langkah-langkah perbaikan yang akan dilakukan serta upaya untuk meningkatkan komunikasi dengan pemangku kepentingan. Menurut *Communication Manager* Patera Foundation, organisasi kini lebih terbuka menerima masukan dari masyarakat khususnya dalam hal kebutuhan spesifik yang perlu diperhatikan agar program-program selanjutnya dapat lebih selaras dengan kondisi di lapangan. Langkah ini tidak hanya memperbaiki citra organisasi tetapi juga memperkuat hubungan dengan masyarakat, dengan cara melibatkan mereka dalam proses perencanaan program di masa depan. Melalui hal tersebut, masyarakat merasa dihargai dan memiliki peran dalam keberhasilan program, sehingga kepercayaan dan dukungan masyarakat terhadap Patera Foundation semakin meningkat.
4. *Reinforcing* (memperkuat)
   Upaya terakhir yang dilakukan oleh Patera Foundation dalam merespon krisis adalah memperkuat hubungan yang sudah terjalin dengan masyarakat. Organisasi ini mengingatkan publik tentang kontribusi positif yang telah mereka berikan sebelumnya melalui program-program lain yang sukses dan berdampak baik. *Reinforcing* adalah strategi tambahan dalam SCCT yang menekankan pentingnya memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan. Menurut Myeza (2023), keterlibatan aktif pemangku kepentingan sangat penting dalam manajemen krisis. Sama seperti yang dilakukan oleh startegi Patera Foundation dengan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan mendengarkan kekhawatiran mereka, sehingga menciptakan rasa

kepemilikan dan kepercayaan. Melalui langkah ini, Patera Foundation berharap untuk membangun kepercayaan publik kembali serta menunjukkan bahwa meskipun program saat ini mengalami hambatan, mereka tetap berkomitmen dalam misi pembangunan masyarakat. Patera Foundation juga berencana melibatkan masyarakat lebih mendalam dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program-program selanjutnya, dengan harapan bahwa hal ini dapat menumbuhkan rasa kepemilikan di kalangan masyarakat terhadap setiap program yang mereka jalankan. Melalui langkah ini, organisasi berharap bahwa masyarakat akan merasa bahwa program tersebut bukan hanya milik organisasi, melainkan sebuah inisiatif bersama yang dimiliki dan didukung oleh masyarakat.

Strategi-strategi ini secara keseluruhan bertujuan untuk menjaga dan memulihkan citra serta reputasi Patera Foundation di mata masyarakat, sambil menunjukkan kesiapan organisasi untuk beradaptasi dengan tantangan dan belajar dari pengalaman tersebut. Melalui penerapan teori SCCT secara komprehensif, Patera Foundation tidak hanya menanggapi krisis dengan tepat tetapi juga mengembangkan pendekatan yang memungkinkan mereka membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan masyarakat.

3. Dampak Krisis

Meskipun krisis ini memiliki dampak signifikan terhadap pelaksanaan program pengembangan masyarakat yang sedang dijalankan, dampak tersebut tidak sepenuhnya memengaruhi visi dan misi utama Patera Foundation sebagai organisasi yang berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Kegagalan pelaksanaan program pengembangan pertanian ini dapat dilihat sebagai momen refleksi yang sangat penting bagi organisasi, memberikan kesempatan bagi Patera Foundation untuk meninjau ulang pendekatan yang digunakan selama ini, terutama dalam hal komunikasi dengan berbagai pihak yang terlibat. Patera Foundation menyadari betapa pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dan seluruh pemangku kepentingan dalam setiap tahapan perencanaan hingga pelaksanaan program. Hal ini membuka wawasan baru bagi organisasi tentang perlunya strategi komunikasi yang lebih terbuka, partisipatif, dan adaptif terhadap kebutuhan lokal.

Pengalaman ini juga mengajarkan Patera Foundation akan esensi dari perencanaan yang inklusif dan sensitif, di mana perencanaan tidak hanya harus memperhitungkan kebutuhan internal organisasi, tetapi juga harus secara mendalam memahami kebutuhan masyarakat di mana program dilaksanakan. Setiap langkah yang diambil tidak hanya relevan tetapi juga dapat menciptakan dampak positif bagi seluruh pihak yang terlibat. Tidak hanya itu, kegagalan ini memberikan dorongan bagi organisasi untuk memperkuat tim internal, membangun sinergi yang lebih solid di antara anggota tim, serta meningkatkan kapasitas mereka dalam menghadapi dan mengelola situasi krisis.

Lebih jauh lagi, dalam upaya mengatasi krisis ini, Patera Foundation menerapkan strategi komunikasi krisis yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip dalam *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), sebuah teori yang memberikan panduan bagi organisasi dalam merespon krisis dengan mempertimbangkan persepsi dan kebutuhan publik. Melalui menggunakan pendekatan SCCT, Patera Foundation tidak hanya berupaya mempertahankan kepercayaan yang telah mereka bangun selama ini, tetapi juga menunjukkan kepada masyarakat bahwa mereka memiliki kesiapan untuk belajar dari kegagalan, memperbaiki diri, dan beradaptasi dengan tantangan yang muncul di masa depan. Melalui pendekatan ini, Patera Foundation ingin membuktikan bahwa meskipun menghadapi hambatan yang besar akibat krisis, mereka tetap berkomitmen untuk belajar dan beradaptasi secara proaktif.

Organisasi juga mulai memeriksa setiap langkah yang akan diambil di masa depan dengan lebih hati-hati dan mendalam, memastikan bahwa setiap tindakan direncanakan dengan baik dan terstruktur. Harapannya, program-program yang akan datang dapat lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta memenuhi harapan dari para pemangku kepentingan lainnya. Melalui langkah-langkah ini, Patera Foundation menunjukkan bahwa mereka siap untuk mengambil pelajaran dari pengalaman, berinovasi dalam pendekatan, dan semakin memperkuat hubungan dengan masyarakat dalam upaya mencapai visi besar mereka demi pembangunan masyarakat yang berkelanjutan dan pelestarian lingkungan yang efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, studi yang dilakukan oleh Patera Foundation tentang strategi komunikasi krisis yang digunakan ketika program pengembangan pertanian tidak berjalan dengan baik, menunjukkan bahwa organisasi ini menggunakan pendekatan yang responsif dan adaptif. Untuk menangani komunikasi krisis, Patera Foundation menggunakan empat strategi utama yaitu *deny* (menyangkal), *diminish* (mengurangi), *rebuild* (membangun kembali), dan *reinforcing* (memperkuat). Mereka melihat kegagalan sebagai cara untuk belajar, bukan sebagai ancaman terhadap reputasi mereka. Mempertahankan visi dan misi organisasi, strategi *diminish* digunakan untuk mengurangi efek negatif. Untuk saat ini, pemulihan dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan publik dengan memberi tahu orang-orang tentang apa yang membuat kesalahan dan apa yang telah dilakukan untuk memperbaikinya. *Reinforcing* bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat melalui pengingat tindakan positif yang telah dilakukan sebelumnya.

Dampak dari strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Patera Foundation terlihat dalam upaya mereka untuk memulihkan kepercayaan masyarakat dan stakeholder setelah terjadinya kegagalan pelaksanaan program. Melalui pendekatan yang transparan dan inklusif, mereka berhasil meredakan kekhawatiran publik dan memperbaiki citra organisasi. Penelitian ini merekomendasikan agar Patera Foundation meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam program-program mendatang serta mengembangkan panduan formal untuk komunikasi krisis. Pengalaman Patera Foundation memberikan pelajaran penting bagi organisasi lain: dengan strategi komunikasi krisis yang tepat dan belajar dari pengalaman, organisasi dapat memperkuat kepercayaan publik pada visi dan misinya di masa depan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Pertama-tama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Patera Foundation, khususnya kepada *Executive Director*, *Secretary*, dan *Communication Manager* yang telah meluangkan waktu untuk memberikan wawancara dan berbagi wawasan berharga mengenai strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh organisasi. Dukungan dan kerja sama dari semua anggota tim sangat membantu penulis dalam memahami konteks dan tantangan yang dihadapi oleh organisasi dalam pelaksanaan program pengembangan pertanian. Selain itu, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing dan asisten Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan masukan dan dukungan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyediaan data dan informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang manajemen krisis. Terima kasih.

DAFTAR REFERENSI

Billiet, A. (2023). Exit, voice, or both: Why organizations engage with stakeholders. *Business & Society*, 54(1), 317-318.

Chandralekha, J. S. (2024). Role of crisis communication in risk management. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(3).

Chiames, C., & Smulyan, B. (2024). Why effective crisis communications require strong fundamentals in practice every day. *Journal of Brand Strategy*, 12(4), 345-354.

Coombs, T. W. (1995). Choosing the Right Words: The Development of Guidelines for the Selection of the "Appropriate" Crisis-Response Strategies. *Management Communication Quarterly,* 8(4), 447-476.

Domschat, L., & Stephens, M. (2023). Communication to protect brand image during a terrorism crisis: Application of situational crisis communication theory. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 31(4), 913-927.

Fearn-Banks, K., & Kawamoto, K. (2024). *Crisis communications: A casebook approach*. *New York, NY: Routledge.*

Kennedy, H., Breddikhina, N., Athanas, L. G., Kunkel, T., & Funk, D. C. (2023). Managing social media through crisis: A content analysis of Instagram posts before and during the COVID-19 pandemic. *Sport Marketing Quarterly*, 32(4), 284-301.

Liou, R. S., Nicholson, R., & Shang, Y. (2023). Stakeholder salience: Corporate responses during a public health crisis. *Journal of Management & Organization*, 29(1), 1-19.

Matias, A., & Cardoso, L. (2023). The communication crisis of restoring the reputation of Indonesian National Police post the murder of Brigadier Josua on online media. *International Visual Culture Review*, 4(1), 1-15.

Miles MB, Huberman AM, Saldana J. 2014. Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3, USA: Sage Publications. *Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.*

Myeza, L., Kok, M., Lange, Y., & Maroun, W. (2023). Stakeholder engagement during the COVID-19 crisis: Perspectives from South Africa. *Social Responsibility Journal*, 20(5), 919-938.

Nurhakki, H., Hayana, W., & Waliyudin (2023). The communication crisis of restoring the reputation of Indonesian National Police post the murder of Brigadier Josua on online media. *Media and Islamic Communication*, 4(2).

Putri, W.A., Sutopo, J.K., & Rahmanto, N.A.(2019). Komunikasi krisis Kementerian Pertanian pada kasus penggerebekan gudang beras PT IBU (Analisis isi kualitatif menggunakan situational crisis communication theory). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23(1), 53-70.

Sakdiyah, N.A., Nasheh, Q.A., Khikmah, A., Lutfiana, S., & Chotimah (2024). Perbedaan Humas dan kajian lain. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 2(3), 165-174.

Salma, A.Q.N.(2018). Strategi komunikasi krisis pada era digital: Penggunaan internet dari sebelum hingga sesudah krisis. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 19-36.

Sandi, Y.F.(2023). Analysis of crisis communication management study: Study at PT Semen Baturaja (Persero). *Arkus*, 1 ,483-488.

Syakir, M.F.& Mahmudah,F.N.(2023). Strategi public relation dalam mengembangkan citra dan persepsi masyarakat terhadap Pondok Pesantren Islamic Centre Bin Baz (ICBB) Yogyakarta. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3),2378–2388.

Verwey, S.V. (2022). A new professionalism for a new millennium. *Communicare: Journal for*

Communication Studies in Africa,19(2),51-68.

Wartono, T., Tahalele,O., Santosa,S., Iswanto,J., Sukaesih,A.,& Munandar,H.(2024). Strategi komunikasi krisis dalam mengelola isu sensitif dalam bisnis atau organisasi. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*,7(3),9925 -9930.

Xu, Z. (2024). Public relations in crisis management: A review and analysis of communicative strategies during early stages of Covid -19. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*,54 ,240 -246.

Yaacoub, H.K.& Yacoub,L.(2023). Content analysis of European corporate responses to COVID -19 pandemic. *Journal of Law and Sustainable Development*,11(6),1222.

Yuan,K.(2023). How to build enterprise brand image by virtue of crisis public relations. *Journal of Innovation and Development*,4(3),39 -42.