Jurnal Cyber PR, Volume 6, No. 2, Desember 2026, Hal. 512–530
ISSN (online) 2798 - 0561

Analisis Audit Komunikasi *Government and Public Relations* Dalam Menghadapi Krisis PGE Kamojang

Mohamad Rizki Setiawan*, Novie Susanti Suseno, Zikri Fachrul Nurhad

Universitas Garut
Jl. Raya Samarang No.52A, Kabupaten Garut, Jawa Barat, Indonesia
*E-mail Korespondensi: 24071122094@fkominfo.uniga.ac.id

Submitted: 06-08-2026, Accepted: 10-06-2026, Published: 11-12-2026

Abstract *- This study aims to analyze the implementation of communication audits conducted by the Government and Public Relations Team of PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang in managing crises. Previous studies have predominantly focused on crisis communication strategies and their role in maintaining organizational reputation, while research specifically examining communication audits as a crisis management instrument in high-risk energy sectors remains limited. This limitation indicates a research gap regarding how communication audits are practically implemented as anticipatory, evaluative, and organizational learning mechanisms within state-owned energy enterprises. Data were analyzed using the Situational Crisis Communication Theory (SCCT). The findings indicate that communication audits contribute to issue identification, risk mitigation, internal and external coordination, information control, and post-crisis evaluation to enhance organizational communication effectiveness. The scientific contribution of this study lies in enriching the discourse on crisis communication audits by integrating the SCCT perspective with communication practices in the energy sector, while providing practical implications for strengthening organizational preparedness and protecting corporate reputation. The novelty of this research is the positioning of communication audits as strategic instruments that support organizational resilience, decision-making processes, and continuous learning in addressing increasingly complex crisis dynamics*.
Keywords*: Communication Audit; Crisis Communication; SCCT; Corporate Reputation; PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang*

Abstrak - Penelitian ini bertujuan menganalisis pelaksanaan audit komunikasi oleh Tim Government and Public Relations PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang dalam menghadapi krisis. Penelitian terdahulu lebih banyak membahas strategi dan implementasi komunikasi krisis dalam menjaga reputasi organisasi, sementara kajian yang secara spesifik mengkaji audit komunikasi sebagai instrumen manajemen krisis pada sektor energi berisiko tinggi masih terbatas. Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya gap penelitian mengenai bagaimana audit komunikasi diterapkan secara praktis sebagai mekanisme antisipatif, evaluatif, dan pembelajaran organisasi dalam konteks BUMN energi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan triangulasi sumber. Analisis dilakukan menggunakan Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa audit komunikasi berperan dalam identifikasi isu, mitigasi risiko, koordinasi internal dan eksternal, pengendalian informasi, serta evaluasi pascakrisis untuk mendukung efektivitas komunikasi organisasi. Kontribusi ilmiah penelitian ini terletak pada pengayaan kajian audit komunikasi krisis melalui integrasi perspektif SCCT dan praktik komunikasi organisasi di sektor energi, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi penguatan kesiapsiagaan dan perlindungan reputasi perusahaan. Novelty penelitian ini terletak pada penempatan audit komunikasi sebagai instrumen strategis yang mendukung ketahanan organisasi, pengambilan keputusan, dan pembelajaran berkelanjutan dalam menghadapi dinamika krisis sektor energi yang semakin kompleks dan adaptif.
Kata kunci: Audit Komunikasi; Komunikasi Krisis; SCCT; Reputasi Perusahaan; PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang

DOI: 10.32509/cyberpr.v6i2.7396
CC BY-NC-SA 4.0. Copyright © 2026 The Author(s).

Pendahuluan

Fenomena krisis komunikasi korporasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang cepat, transparan, konsisten, dan empatik sangat penting untuk menjaga reputasi serta memulihkan kepercayaan publik, terutama pada sektor energi yang berada di bawah pengawasan tinggi *stakeholder* (Citrawijaya et al., 2024; Najib & Bahfiarti, 2023). Dalam situasi krisis, respons yang lambat, tertutup, dan tidak konsisten cenderung memperkuat atribusi tanggung jawab kepada organisasi, sedangkan pengakuan tanggung jawab dan komunikasi yang menunjukkan empati dapat meredam kemarahan publik (Andriyanto & Hendriyani, 2024; Heide & Simonsson, 2026; Toha et al., 2023).

Dalam konteks BUMN energi Indonesia, krisis pada satu entitas dapat memengaruhi persepsi publik terhadap seluruh grup perusahaan karena publik sering memandang grup sebagai satu kesatuan (Abbas & Miller, 2025; Arafat & Rahayu, 2024). Sebagai perusahaan energi berisiko tinggi, PT Pertamina Geothermal Energy Tbk (PGE) menghadapi tuntutan terkait keselamatan kerja, tanggung jawab sosial, koordinasi lintas unit, dan transparansi informasi (Suhardi, 2025). Di sisi lain, karakteristik organisasi BUMN yang birokratis serta cepatnya penyebaran informasi melalui media sosial menjadikan komunikasi krisis semakin kompleks. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme komunikasi krisis yang sistematis melalui integrasi komunikasi internal dan eksternal agar pesan dapat disampaikan secara cepat, jelas, konsisten, dan sesuai dengan persepsi tanggung jawab publik.

Audit komunikasi berperan penting untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan sistem komunikasi organisasi, mengidentifikasi masalah, dan menyusun rekomendasi perbaikan. Audit ini digunakan untuk menilai iklim komunikasi, akses informasi, arus pesan, hubungan atasan–bawahan, serta efektivitas komunikasi saat organisasi menghadapi krisis maupun perubahan internal (Anggraini & Kurniawati, 2022). Di sisi lain, kegiatan monitoring, tindak lanjut, dan umpan balik dalam audit komunikasi dapat memperkuat akuntabilitas organisasi dan kualitas pengambilan keputusan, sehingga pembelajaran pascakrisis dapat dikelola secara lebih sistematis (Almasria, 2022).

Secara praktis, PT PGE Area Kamojang turut terdampak oleh krisis yang terjadi pada anak perusahaan lain di bawah Pertamina, seperti dugaan korupsi dan kebakaran fasilitas kilang, yang memicu peningkatan *scrutiny stakeholder* dan penurunan kepercayaan publik terhadap grup Pertamina. Kondisi ini menuntut tim *Government and Public Relations* PT PGE untuk mampu menjaga persepsi publik dan citra perusahaan, meskipun krisis tidak terjadi secara langsung di unit mereka sendiri. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa komunikasi krisis yang efektif harus adaptif, terstruktur, dan mengintegrasikan komunikasi internal serta eksternal dengan menekankan koordinasi, kejelasan pesan, pengendalian informasi resmi, dan evaluasi pascakrisis guna menjaga reputasi dan legitimasi organisasi (Arafat & Rahayu, 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang menyusun strategi komunikasi krisis, melakukan koordinasi internal dan eksternal, serta mengelola pesan untuk menjaga legitimasi, reputasi, dan kepercayaan *stakeholder* di tengah risiko efek domino reputasi dalam grup Pertamina. Penelitian ini menggunakan SCCT sebagai landasan teoritis utama karena teori ini menjelaskan bahwa strategi komunikasi harus disesuaikan dengan jenis krisis dan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan publik agar ancaman reputasi dapat diminimalkan (Ugahari & Apriliani, 2025). Secara metodologis, pendekatan kualitatif dengan penekanan pada kedalaman data dan saturasi digunakan untuk menghasilkan temuan yang kuat, dengan memanfaatkan triangulasi sumber dan kriteria kejenuhan data guna menjamin kredibilitas penelitian (Moura et al., 2022).

Dalam artikel berjudul "Analisis Strategi Komunikasi Krisis dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan di Situasi Darurat", peneliti menganalisis pentingnya strategi komunikasi

krisis dalam menjaga reputasi perusahaan melalui penyampaian pesan yang cepat, transparan, dan konsisten kepada pemangku kepentingan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi krisis yang efektif berkontribusi terhadap terjaganya kepercayaan publik dan keberlangsungan organisasi di tengah situasi darurat. Temuan ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena sama-sama membahas pentingnya komunikasi dalam menjaga reputasi organisasi saat menghadapi krisis (Siregar et al., 2024).

Selanjutnya, penelitian "Implementasi Komunikasi Krisis pada Penanganan Bencana Pascaledakan PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai", mengkaji implementasi komunikasi krisis menggunakan perspektif Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi krisis dilakukan melalui pengelolaan situasi krisis, penerapan strategi respons, serta upaya melindungi publik dan pemangku kepentingan pascabencana. Penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian ini karena sama-sama menggunakan SCCT dalam konteks industri energi, meskipun berfokus pada implementasi komunikasi krisis pascakejadian (Meriana et al., 2026).

Sementara itu, artikel "Kajian Kritis Komunikasi Krisis: Belajar dari Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19", mengidentifikasi berbagai kelemahan dalam praktik komunikasi krisis, seperti kurangnya transparansi, inkonsistensi pesan, rendahnya empati, serta lemahnya koordinasi antarpihak. Penelitian tersebut menegaskan bahwa komunikasi krisis yang efektif memerlukan kepercayaan, transparansi, koordinasi, dan pengelolaan informasi yang baik. Temuan ini menjadi rujukan penting dalam memahami aspek-aspek komunikasi yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan audit komunikasi organisasi saat menghadapi krisis (Wijayanto et al., 2022).

Dari sejumlah penelitian terdahulu tersebut, diperoleh *novelty* penelitian ini. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas implementasi dan strategi komunikasi krisis dalam menjaga reputasi organisasi. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada pelaksanaan audit komunikasi oleh Tim *Government and Public Relations* PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang dalam menghadapi krisis. Penelitian ini mengkaji audit komunikasi sebagai upaya identifikasi isu, mitigasi risiko, koordinasi, pengendalian informasi, dan evaluasi komunikasi dalam mendukung efektivitas penanganan krisis.

Metodologi

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus pada PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam proses audit komunikasi dalam komunikasi krisis organisasi melalui pengalaman dan praktik para pelaku, bukan melalui pengukuran statistik (Heide & Simonsson, 2026).

Landasan Teoretis Penelitian

Penelitian ini menggunakan teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) sebagai landasan utama untuk menganalisis strategi respons krisis berdasarkan jenis krisis dan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan publik guna meminimalkan ancaman terhadap reputasi organisasi (Ugahari & Apriliani, 2025). Selain itu, teori internal crisis communication digunakan untuk memahami bagaimana koordinasi dan aliran informasi dalam organisasi memengaruhi efektivitas respons krisis.

Pemilihan Informan dan Narasumber Penelitian

Tabel 1. Identitas Informan dan Narasumber Penelitian

No	Nama	Status	Profesi/Jabatan	Keterangan
1	Erwandi Yanto Pangaribuan	Informan	Spv. Gov & PR PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang	Memahami komunikasi eksternal perusahaan.
2	Hendrik Kurniawan Sinaga	Informan	Manager HSSE PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang	Bertanggung jawab pada aspek HSSE perusahaan.
3	Dindin Komarudin	Informan	Officer CSR PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang	Mengelola program CSR dan hubungan masyarakat.
4	Ikhsan Sirojul Wahhaj	Narasumber	Humas Indonesia Power UBP Kamojang	Memahami komunikasi dan kehumasan perusahaan.
5	Hendra Wijaya	Narasumber	Human Resources Manager Kawasan Wisata Sabda Alam Resort	Memahami SDM dan komunikasi internal organisasi.

Sumber: Data penelitian, 2026.

Berdasarkan tabel di atas, informan dipilih secara purposive, terdiri atas tiga informan utama yang terlibat langsung dalam komunikasi dan penanganan krisis di PT PGE Area Kamojang, yaitu Supervisor Government & PR, Manajer HSSE, dan Officer CSR, serta dua narasumber pendukung dari praktisi humas dan manajer SDM pada organisasi sumber daya alam. Pemilihan informan didasarkan pada posisi strategis, pengalaman dalam komunikasi krisis, serta kebutuhan triangulasi data penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti berperan sebagai instrumen utama (*human instrument*) dalam mengumpulkan dan menafsirkan data, dengan bantuan perekam audio, dokumentasi foto, dan catatan lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi terstruktur dan studi dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali praktik komunikasi pada tahap pra krisis, saat krisis, dan pascakrisis, sedangkan dokumentasi berupa pemberitaan media, rilis resmi, notulen, pedoman komunikasi krisis, dan arsip komunikasi internal digunakan untuk memverifikasi serta memperkuat temuan penelitian.

Teknik Analisis Data dan Uji Keabsahan Data

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, serta mengorganisasi data hasil wawancara dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, peneliti melakukan proses *coding* terhadap data dengan memberikan kode pada pernyataan informan yang memiliki kesamaan makna. Kode-kode tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, seperti pelaksanaan audit komunikasi, efektivitas komunikasi organisasi, hambatan komunikasi, dan pemanfaatan hasil audit komunikasi. Tahap berikutnya adalah penyajian data (*data display*) dalam bentuk uraian naratif yang sistematis untuk memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antarkategori dan menemukan pola temuan penelitian. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian melalui pengecekan ulang data, perbandingan antar sumber, serta konfirmasi kepada informan hingga diperoleh kesimpulan yang kredibel

dan konsisten. Proses analisis dilakukan secara berulang sampai mencapai saturasi data, yaitu ketika tidak ditemukan tema baru yang signifikan (Moura et al., 2022). Kredibilitas temuan dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan konfirmasi temuan kepada informan kunci.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian mengenai audit komunikasi Tim *Government and Public Relations* PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang dalam menghadapi krisis. Analisis penelitian menggunakan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikemukakan oleh W. Timothy Coombs, dengan fokus pada dimensi identifikasi krisis, strategi respons krisis, koordinasi komunikasi internal dan eksternal, pengelolaan pesan komunikasi, serta evaluasi dan pembelajaran pascakrisis. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menunjukkan bahwa audit komunikasi berperan penting dalam mendukung efektivitas komunikasi krisis melalui penguatan koordinasi, pengendalian informasi, evaluasi komunikasi, serta upaya menjaga reputasi perusahaan dan kepercayaan *stakeholder* selama menghadapi situasi krisis.

Pelaksanaan Audit

Pelaksanaan audit komunikasi merupakan bagian penting dalam manajemen krisis karena berperan dalam mengidentifikasi potensi ancaman, menentukan strategi komunikasi, menjaga konsistensi informasi, serta melindungi reputasi perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang, audit komunikasi dilaksanakan melalui identifikasi isu, mitigasi risiko, koordinasi lintas fungsi, pengendalian informasi, serta evaluasi komunikasi selama proses penanganan krisis.

Pelaksanaan audit komunikasi diawali dengan identifikasi isu dan mitigasi risiko terhadap berbagai potensi krisis yang dapat memengaruhi operasional perusahaan. Praktik ini sejalan dengan konsep Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang menekankan pentingnya pemahaman situasi krisis sebelum menentukan strategi komunikasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Tim *Government and Public Relations* secara aktif memantau berbagai isu sosial, baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan aktivitas perusahaan, kemudian melakukan mitigasi terhadap potensi dampaknya terhadap proses bisnis dan produksi di wilayah Kamojang (Yanto, 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa audit komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, tetapi juga sebagai mekanisme deteksi dini yang memungkinkan organisasi mengantisipasi potensi krisis sebelum berkembang menjadi ancaman yang lebih besar.

Selain melakukan identifikasi isu, perusahaan juga menerapkan komunikasi preventif melalui pendekatan langsung kepada pihak yang berpotensi menimbulkan krisis maupun pendekatan tidak langsung melalui kegiatan sosial dan penguatan aspek keamanan di lingkungan sekitar perusahaan (Yanto, 2025). Strategi ini menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah ketika krisis telah terjadi, tetapi juga berupaya membangun hubungan yang kondusif dengan masyarakat sebagai bagian dari mitigasi risiko. Pendekatan persuasif tersebut mencerminkan pentingnya menjaga kepercayaan dan dukungan *stakeholder* dalam mendukung keberlangsungan operasional perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, audit komunikasi melibatkan berbagai pihak internal dan eksternal. Koordinasi internal dilakukan dengan melibatkan fungsi *Government and Public Relations*, HSSE, security, serta manajemen Area Kamojang, sedangkan koordinasi eksternal melibatkan masyarakat, pemangku kepentingan daerah, dan aparat keamanan (Yanto, 2025). Keterlibatan berbagai pihak tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi krisis sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam membangun kolaborasi lintas fungsi. Semakin

baik koordinasi yang dilakukan, semakin besar peluang organisasi dalam menghasilkan respons yang cepat, tepat, dan sesuai dengan kebutuhan para pemangku kepentingan.

Pelaksanaan audit komunikasi juga didukung oleh sistem *Business Continuity Management System* (BCMS) berbasis ISO 22301 yang terintegrasi dengan *Geothermal Integrated Management System* (GIMS). Hasil wawancara menunjukkan bahwa audit internal dilakukan secara berkala setiap tahun untuk menilai efektivitas sistem komunikasi dan manajemen krisis perusahaan (Sinaga, 2026). Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan telah memiliki mekanisme evaluasi yang terstruktur dan berkelanjutan. Keberadaan sistem tersebut memperlihatkan komitmen organisasi dalam memastikan kesiapan menghadapi krisis melalui proses perbaikan yang berkesinambungan.

Dalam perspektif SCCT, konsistensi pesan merupakan faktor penting dalam menjaga kredibilitas organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penyampaian informasi kepada publik dilakukan melalui satu saluran resmi, yaitu fungsi *Government and Public Relations*, sementara fungsi lain hanya berperan sebagai penyedia data teknis yang diperlukan (Sinaga, 2026). Mekanisme tersebut menunjukkan adanya upaya pengendalian informasi untuk mencegah perbedaan pesan yang berpotensi menimbulkan kebingungan maupun kesalahpahaman di kalangan publik. Dengan demikian, konsistensi komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam menjaga kepercayaan *stakeholder* terhadap organisasi.

Selain pengendalian informasi, perusahaan juga melakukan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi yang diterapkan selama krisis. Efektivitas audit komunikasi dinilai berdasarkan kemampuan organisasi dalam mengembalikan kondisi yang kondusif, meminimalkan keluhan lanjutan, serta memastikan strategi komunikasi mampu menetralisasi situasi baik di lingkungan internal maupun eksternal (Yanto, 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi krisis tidak hanya diukur dari tersampaikannya pesan, tetapi juga dari dampak yang dihasilkan terhadap stabilitas hubungan organisasi dengan para pemangku kepentingan.

Sebagai bagian dari evaluasi berkelanjutan, perusahaan melakukan survei terhadap media komunikasi yang digunakan untuk memperoleh masukan mengenai efektivitas saluran komunikasi dan alternatif penyampaian informasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan *stakeholder* (Sinaga, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa organisasi menerapkan prinsip perbaikan berkelanjutan dalam pelaksanaan audit komunikasi. Umpan balik yang diperoleh menjadi dasar bagi perusahaan dalam menyempurnakan strategi komunikasi agar lebih adaptif terhadap dinamika lingkungan organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara, pelaksanaan audit komunikasi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang dilakukan melalui identifikasi isu, mitigasi risiko, koordinasi lintas fungsi, pengendalian informasi, dan evaluasi komunikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa audit komunikasi berperan penting dalam mendukung efektivitas komunikasi krisis serta menjaga reputasi perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian berjudul "Implementasi Komunikasi Krisis pada Penanganan Bencana Pascaledakan PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai" yang menjelaskan bahwa komunikasi krisis yang efektif memerlukan koordinasi internal, pengendalian informasi, monitoring media, dan evaluasi komunikasi secara berkelanjutan (Meriana et al., 2026). Meskipun memiliki kesamaan dalam aspek pengelolaan komunikasi krisis, penelitian tersebut berfokus pada implementasi komunikasi krisis pascaledakan. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada pelaksanaan audit komunikasi sebagai upaya antisipatif dan evaluatif dalam mendukung kesiapan organisasi menghadapi potensi krisis.

Efektivitas dan kinerja komunikasi organisasi

Efektivitas komunikasi organisasi merupakan faktor penting dalam menghadapi krisis. Berdasarkan hasil wawancara, efektivitas komunikasi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang diwujudkan melalui koordinasi internal dan eksternal, penggunaan media resmi, evaluasi komunikasi, serta penguatan hubungan dengan stakeholder dan masyarakat.

Upaya menjaga reputasi dan kepercayaan publik menjadi salah satu indikator efektivitas komunikasi organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Tim *Government and Public Relations* memiliki peran strategis dalam memastikan reputasi perusahaan tetap terjaga, baik dalam kondisi normal maupun ketika menghadapi krisis, mengingat reputasi perusahaan berkaitan erat dengan tingkat kepercayaan publik dan nilai perusahaan (Komarudin, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun dan mempertahankan legitimasi perusahaan di mata *stakeholder*.

Efektivitas komunikasi juga didukung oleh koordinasi internal dan pengelolaan isu secara berkelanjutan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa perusahaan secara rutin melakukan koordinasi terkait isu-isu yang sedang berkembang, termasuk melakukan konsolidasi mengenai tindakan yang perlu dilakukan serta pembagian peran dalam pengendalian isu maupun krisis. Selain itu, penyusunan pesan komunikasi dilakukan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, bersifat informatif, dan tidak tendensius guna meminimalkan munculnya pertanyaan baru maupun kesalahpahaman di tengah publik (Yanto, 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi organisasi sangat dipengaruhi oleh koordinasi internal yang baik dan kemampuan organisasi dalam menyampaikan pesan secara jelas serta sesuai dengan karakteristik audiens yang dituju.

Penggunaan media resmi dan evaluasi komunikasi juga menjadi bagian penting dalam mendukung efektivitas komunikasi organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informasi kepada publik hanya disampaikan melalui fungsi *Government and Public Relations* berdasarkan data dari fungsi teknis terkait serta didistribusikan melalui media formal perusahaan guna menjamin keabsahan informasi yang diterima publik. Selain itu, perusahaan secara berkala melakukan survei media komunikasi untuk memperoleh masukan mengenai efektivitas media yang digunakan serta mengidentifikasi cara komunikasi yang dinilai lebih efektif oleh pekerja maupun *stakeholder* (Sinaga, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengendalian informasi dan evaluasi media komunikasi merupakan upaya penting dalam memastikan pesan organisasi tersampaikan secara konsisten dan tepat sasaran.

Efektivitas komunikasi organisasi juga tercermin dari dukungan *stakeholder* serta terciptanya kondisi yang kembali kondusif setelah strategi komunikasi diterapkan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dapat dilihat dari partisipasi masyarakat dalam program perusahaan serta tingkat pemahaman masyarakat terhadap tujuan komunikasi yang disampaikan organisasi (Komarudin, 2026). Selain itu, efektivitas audit komunikasi ditunjukkan melalui tidak adanya komplain lanjutan, terciptanya kondisi yang lebih kondusif, serta kemampuan strategi komunikasi dalam menetralisasi situasi baik di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan (Yanto, 2025). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan komunikasi organisasi tidak hanya diukur dari tersampaikannya informasi, tetapi juga dari kemampuan organisasi dalam menjaga hubungan yang harmonis dengan *stakeholder* serta mempertahankan stabilitas situasi selama krisis berlangsung.

Berdasarkan hasil wawancara, efektivitas komunikasi organisasi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang diwujudkan melalui koordinasi internal dan eksternal, penggunaan media resmi, evaluasi komunikasi, serta penguatan hubungan dengan *stakeholder* dan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terkoordinasi, konsisten, dan adaptif berperan penting dalam menjaga reputasi perusahaan serta membangun

kepercayaan publik. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian berjudul "Kajian Kritis Komunikasi Krisis: Belajar dari Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19" yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi krisis dipengaruhi oleh kejelasan pesan, konsistensi informasi, koordinasi antarpihak, serta kemampuan organisasi dalam membangun kepercayaan publik (Wijayanto et al., 2022). Meskipun memiliki kesamaan pada aspek koordinasi dan pentingnya menjaga kepercayaan publik, penelitian tersebut berfokus pada komunikasi krisis pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada efektivitas komunikasi organisasi melalui koordinasi internal dan eksternal, penggunaan media resmi, evaluasi komunikasi, serta penguatan hubungan dengan *stakeholder* dan masyarakat di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang.

Hambatan dan Tantangan Audit Komunikasi dalam Perspektif

Hambatan dan tantangan komunikasi merupakan faktor yang dapat memengaruhi efektivitas organisasi dalam menghadapi krisis. Berdasarkan hasil wawancara, hambatan audit komunikasi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang meliputi kurangnya awareness *stakeholder* terhadap risiko krisis, potensi *multiple interpretation*, perbedaan pemahaman terhadap teknologi komunikasi, risiko miskomunikasi, serta tantangan dalam menjaga konsistensi informasi dan reputasi perusahaan.

Salah satu hambatan yang dihadapi perusahaan adalah belum optimalnya keterlibatan seluruh pihak dalam memahami risiko krisis dan langkah-langkah yang harus dilakukan ketika krisis terjadi (Yanto, 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas audit komunikasi tidak hanya bergantung pada kesiapan organisasi, tetapi juga pada tingkat kesadaran dan partisipasi *stakeholder* dalam mendukung proses komunikasi krisis. Kurangnya pemahaman terhadap risiko berpotensi menghambat respons yang cepat dan terkoordinasi ketika organisasi menghadapi situasi darurat.

Perusahaan juga menghadapi tantangan berupa potensi perbedaan penafsiran terhadap informasi yang disampaikan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi perlu dilakukan secara jelas dan terarah untuk meminimalkan munculnya *multiple interpretation* terkait isu-isu yang berkembang di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan (Yanto, 2025). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kejelasan pesan menjadi aspek penting dalam audit komunikasi karena informasi yang ambigu dapat memicu kesalahpahaman dan memengaruhi efektivitas pengambilan keputusan selama krisis.

Perbedaan tingkat pemahaman *stakeholder* terhadap teknologi dan media komunikasi turut menjadi hambatan dalam penyebaran informasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak semua pihak internal maupun eksternal memiliki kemampuan yang sama dalam mengakses dan memahami informasi melalui media massa maupun media digital, sehingga terdapat kemungkinan terjadinya kesenjangan informasi terkait mitigasi risiko dan penanganan krisis (Yanto, 2025). Selain itu, perusahaan juga menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat yang belum sepenuhnya mengikuti perkembangan teknologi komunikasi, sehingga diperlukan upaya sosialisasi yang berkelanjutan serta penguatan hubungan dengan tokoh-tokoh masyarakat sebagai perantara informasi (Komarudin, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa pemilihan saluran komunikasi perlu mempertimbangkan karakteristik dan kemampuan audiens agar pesan dapat diterima secara efektif.

Risiko miskomunikasi juga menjadi tantangan yang perlu diantisipasi oleh perusahaan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa perusahaan secara aktif memantau pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan guna memastikan tidak terjadi kesalahpahaman dalam proses komunikasi (Komarudin, 2026). Upaya tersebut mencerminkan pentingnya evaluasi terhadap penerimaan pesan sebagai bagian dari audit komunikasi,

mengingat keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh penyampaian informasi, tetapi juga oleh sejauh mana pesan tersebut dipahami sesuai dengan tujuan organisasi.

Selain itu, perusahaan terus menyesuaikan sistem komunikasinya dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan *stakeholder*. Pemanfaatan media sosial dan media digital dipandang sebagai alternatif yang lebih efektif untuk menjangkau generasi muda serta *stakeholder* yang semakin akrab dengan teknologi komunikasi (Sinaga, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan komunikasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan efektivitas komunikasi krisis di era digital.

Tantangan lainnya berkaitan dengan upaya menjaga keabsahan informasi dan reputasi perusahaan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informasi yang tidak disampaikan melalui saluran resmi perusahaan berpotensi dianggap tidak sah dan dapat memunculkan kebingungan di kalangan publik (Sinaga, 2026). Selain itu, krisis yang terjadi pada entitas lain di bawah Pertamina Group turut memengaruhi persepsi masyarakat terhadap PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang karena publik cenderung memandang seluruh unit bisnis Pertamina sebagai satu kesatuan (Yanto, 2025). Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk menjadikan berbagai peristiwa krisis yang terjadi di lingkungan Pertamina Group sebagai sarana pembelajaran guna memperkuat langkah pencegahan dan meningkatkan kesiapsiagaan menghadapi potensi krisis di masa mendatang (Sinaga, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa tantangan komunikasi organisasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan dalam menjaga kredibilitas dan reputasi di tengah dinamika persepsi publik.

Berdasarkan hasil wawancara, hambatan audit komunikasi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang meliputi rendahnya *awareness stakeholder*, potensi *multiple interpretation*, perbedaan pemahaman teknologi komunikasi, risiko miskomunikasi, serta tantangan dalam menjaga konsistensi informasi dan reputasi perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian berjudul "Implementasi Komunikasi Krisis pada Penanganan Bencana Pascaledakan PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai" yang menunjukkan bahwa komunikasi krisis menghadapi berbagai tantangan, seperti pengendalian arus informasi, penyamaan persepsi antar pihak yang terlibat, serta kebutuhan akan koordinasi yang efektif untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman selama penanganan krisis (Meriana et al., 2026). Meskipun memiliki kesamaan pada aspek tantangan dalam menjaga kejelasan informasi dan koordinasi komunikasi, penelitian tersebut berfokus pada implementasi komunikasi krisis pascaledakan di PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada hambatan audit komunikasi dalam konteks organisasi sektor energi, khususnya terkait kesiapan *stakeholder*, adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi, risiko miskomunikasi, serta upaya menjaga reputasi perusahaan di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang.

Pemanfaatan Hasil Audit untuk Pemulihan Reputasi

Pemanfaatan hasil audit komunikasi menjadi bagian penting dalam proses pemulihan dan penguatan reputasi organisasi setelah menghadapi krisis. Berdasarkan hasil wawancara, hasil audit komunikasi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang dimanfaatkan untuk memperkuat hubungan *stakeholder*, memperbaiki strategi komunikasi, meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, serta menjadi dasar evaluasi dan pengambilan keputusan perusahaan.

Hasil audit komunikasi dimanfaatkan untuk memperkuat hubungan dan koordinasi antara perusahaan dengan pihak internal maupun eksternal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa audit komunikasi mendorong terciptanya keterlibatan yang lebih baik antar fungsi di

dalam perusahaan maupun dengan *stakeholder* eksternal, sehingga perusahaan lebih siap menghadapi kondisi *force majeure* maupun krisis yang tidak terduga (Yanto, 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa hasil audit komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat jejaring komunikasi dan meningkatkan kesiapan organisasi dalam menghadapi berbagai situasi krisis.

Selain memperkuat hubungan *stakeholder*, hasil audit komunikasi juga dimanfaatkan untuk memperbaiki strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan mudah dipahami. Hasil wawancara menunjukkan bahwa perusahaan secara berkelanjutan mengevaluasi apakah komunikasi yang telah dilakukan telah diterima dengan baik oleh masyarakat atau masih terdapat potensi miskomunikasi, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih personal melalui interaksi langsung dengan masyarakat maupun tokoh-tokoh penting di lingkungan sekitar perusahaan (Komarudin, 2026). Di samping itu, informasi yang disampaikan kepada publik dirancang agar bersifat komunikatif, informatif, dan tidak menimbulkan penafsiran yang dapat memperkeruh situasi maupun merugikan reputasi perusahaan (Yanto, 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa hasil audit komunikasi menjadi dasar dalam menyempurnakan strategi penyampaian pesan agar lebih adaptif terhadap kebutuhan *stakeholder*.

Hasil audit komunikasi juga dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dalam proses pengambilan keputusan manajemen. Hasil wawancara menunjukkan bahwa temuan audit digunakan untuk menentukan media komunikasi yang paling efektif sesuai dengan karakteristik *stakeholder*, termasuk pemanfaatan media sosial dan media digital yang semakin relevan dalam konteks komunikasi saat ini. Selain itu, hasil audit komunikasi dibahas dalam rapat tinjauan manajemen sebagai dasar untuk menentukan strategi yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan pada periode berikutnya (Sinaga, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa audit komunikasi memiliki fungsi strategis dalam mendukung pengambilan keputusan yang berbasis evaluasi dan kebutuhan organisasi.

Sebagai bagian dari pembelajaran organisasi, hasil audit komunikasi juga dimanfaatkan untuk memperkuat mitigasi risiko dan meningkatkan kesiapsiagaan dalam menghadapi krisis. Hasil wawancara menunjukkan bahwa berbagai peristiwa krisis yang terjadi pada perusahaan lain di lingkungan Pertamina Group dijadikan sebagai *learning from event* untuk mempelajari penyebab kejadian serta menyusun langkah-langkah pencegahan agar situasi serupa tidak terjadi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang (Sinaga, 2026). Temuan ini mengindikasikan bahwa hasil audit komunikasi tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah jangka pendek, tetapi juga berkontribusi terhadap proses pembelajaran dan perbaikan berkelanjutan dalam organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara, hasil audit komunikasi di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang dimanfaatkan untuk memperkuat hubungan *stakeholder*, meningkatkan kualitas strategi komunikasi, mendukung pengambilan keputusan manajemen, serta menjadi pembelajaran organisasi dalam memperkuat mitigasi risiko krisis. Temuan ini sejalan dengan penelitian berjudul "Analisis Strategi Komunikasi Krisis dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan di Situasi Darurat" yang menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang responsif, transparan, dan didukung oleh evaluasi berkelanjutan berperan penting dalam mempertahankan reputasi perusahaan setelah krisis terjadi (Siregar et al., 2024). Meskipun memiliki kesamaan dalam memanfaatkan evaluasi komunikasi untuk mendukung pemulihan dan perlindungan reputasi organisasi, penelitian tersebut berfokus pada strategi komunikasi krisis dalam situasi darurat. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada pemanfaatan hasil audit komunikasi sebagai dasar evaluasi, pengambilan keputusan manajemen, penguatan hubungan *stakeholder*, serta pembelajaran organisasi dalam meningkatkan kesiapsiagaan krisis di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang.

Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan membahas berbagai permasalahan terkait audit komunikasi dan penanganan krisis di PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pihak ahli dan narasumber yang memiliki keterlibatan langsung dalam proses komunikasi organisasi serta penanganan krisis perusahaan. Melalui pembahasan tersebut, peneliti akan menjelaskan pelaksanaan audit komunikasi, efektivitas komunikasi organisasi, hambatan yang dihadapi, serta pemanfaatan hasil audit komunikasi dalam mendukung penanganan krisis dan menjaga reputasi perusahaan.

Dalam konteks pelaksanaan audit komunikasi, narasumber menjelaskan bahwa audit komunikasi merupakan bagian penting dalam manajemen krisis karena dilakukan sejak tahap pra-krisis, saat krisis berlangsung, hingga pascakrisis. Pada tahap pra-krisis, audit dimanfaatkan untuk mengidentifikasi potensi ancaman dan meningkatkan kesiapan organisasi. Saat krisis terjadi, audit digunakan untuk membantu organisasi menentukan solusi dan respons komunikasi yang tepat, sedangkan pada tahap pascakrisis audit berfungsi sebagai sarana evaluasi dan pembelajaran untuk memperbarui prosedur agar kejadian serupa dapat diantisipasi di masa mendatang (Wahhaj, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa audit komunikasi bersifat berkelanjutan dan mendukung pengelolaan krisis secara komprehensif.

Kecepatan pelaksanaan audit komunikasi juga menjadi aspek penting dalam mendukung efektivitas respons organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa audit perlu dilakukan sesegera mungkin agar organisasi tidak terlambat dalam menentukan solusi dan menyampaikan informasi kepada publik melalui media yang dianggap efektif, seperti media online, media sosial, maupun *press release* (Wahhaj, 2026). Hal tersebut menunjukkan bahwa ketepatan waktu dalam pengambilan keputusan komunikasi menjadi faktor penting dalam mengurangi dampak krisis terhadap organisasi.

Selain itu, audit komunikasi berkaitan dengan evaluasi sistem komunikasi dan analisis risiko organisasi. Evaluasi dilakukan melalui umpan balik dan penilaian kinerja untuk mengetahui efektivitas komunikasi yang telah diterapkan, baik sebelum maupun setelah krisis terjadi (Wahhaj, 2026). Di sisi lain, analisis risiko diperlukan untuk mengukur tingkat krisis sehingga organisasi dapat menentukan bentuk mitigasi dan respons komunikasi yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi (Wijaya, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa audit komunikasi berfungsi sebagai instrumen evaluasi sekaligus dasar dalam penyusunan strategi komunikasi krisis.

Pelaksanaan audit komunikasi dalam manajemen krisis dilakukan melalui identifikasi risiko, evaluasi sistem komunikasi, penentuan solusi, dan pembelajaran pascakrisis. Temuan ini menunjukkan bahwa audit komunikasi berperan dalam meningkatkan kesiapan organisasi, mendukung pengambilan keputusan, dan memperkuat respons komunikasi saat krisis. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian berjudul Public Relations and Social Media for Effective Crisis Communication Management yang menjelaskan bahwa manajemen krisis yang efektif memerlukan identifikasi risiko, evaluasi komunikasi, respons yang cepat, dan pembelajaran pascakrisis (Babatunde, 2022). Meskipun memiliki kesamaan dalam menekankan pentingnya evaluasi komunikasi dan respons yang tepat selama krisis, penelitian tersebut berfokus pada peran public relations dan media sosial dalam komunikasi krisis. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada pelaksanaan audit komunikasi sebagai bagian dari manajemen krisis organisasi yang dilakukan secara berkelanjutan sejak pra-krisis hingga pascakrisis.

Efektivitas dan kinerja komunikasi organisasi dalam situasi krisis diukur melalui kecepatan respons, konsistensi pesan, koordinasi internal dan eksternal, serta hubungan organisasi dengan media dan *stakeholder*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa organisasi perlu memberikan respons dalam waktu yang cepat agar informasi yang disampaikan kepada publik tetap terkendali dan tidak memicu spekulasi yang dapat memperburuk situasi krisis

(Wahhaj, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa kecepatan respons menjadi indikator penting dalam menjaga efektivitas komunikasi organisasi.

Hubungan yang baik dengan media juga menjadi faktor pendukung efektivitas komunikasi organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa perusahaan perlu menjalin kerja sama dan membangun hubungan yang positif dengan media agar memiliki berbagai saluran komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi kepada publik ketika krisis terjadi (Wahhaj, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa media memiliki peran strategis dalam mendukung penyebaran informasi yang cepat dan luas selama proses penanganan krisis.

Efektivitas komunikasi turut ditentukan oleh konsistensi pesan yang disampaikan organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi yang baik harus bersifat sederhana, mudah dipahami, dan dapat diterima oleh berbagai kalangan agar tidak menimbulkan perbedaan penafsiran di masyarakat (Wahhaj, 2026). Selain itu, evaluasi terhadap kinerja komunikasi juga dilakukan melalui peninjauan indikator kinerja untuk menilai efektivitas sistem komunikasi dan kontribusinya terhadap pencapaian tujuan organisasi (Wijaya, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa kejelasan pesan dan evaluasi berkala menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan komunikasi organisasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa efektivitas dan kinerja komunikasi organisasi dalam menghadapi krisis ditentukan oleh kecepatan respons, konsistensi pesan, hubungan yang baik dengan media, serta evaluasi kinerja komunikasi secara berkala. Kecepatan respons memungkinkan organisasi mengendalikan arus informasi dan meminimalkan munculnya spekulasi yang dapat memperburuk situasi krisis. Di sisi lain, konsistensi pesan berperan penting dalam mencegah terjadinya perbedaan penafsiran di kalangan *stakeholder*, sedangkan hubungan yang baik dengan media dapat memperkuat kapasitas organisasi dalam menyampaikan informasi secara cepat dan kredibel. Evaluasi kinerja komunikasi juga diperlukan untuk memastikan bahwa sistem komunikasi yang diterapkan tetap efektif dan mampu mendukung tujuan organisasi dalam menghadapi krisis. Temuan ini sejalan dengan penelitian berjudul "Public Relations and Social Media for Effective Crisis Communication Management" yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi krisis dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam membangun hubungan dengan *stakeholder*, menyampaikan informasi secara tepat waktu, serta memanfaatkan saluran komunikasi yang efektif selama krisis (Babatunde, 2022). Meskipun memiliki kesamaan pada aspek ketepatan respons dan pemanfaatan saluran komunikasi yang efektif, penelitian tersebut berfokus pada peran public relations dan media sosial dalam komunikasi krisis. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada efektivitas komunikasi organisasi yang diukur melalui kecepatan respons, konsistensi pesan, hubungan dengan media, dan evaluasi kinerja komunikasi dalam konteks audit komunikasi krisis.

Hambatan dan tantangan audit komunikasi dalam menghadapi krisis dapat berasal dari koordinasi organisasi, keterbatasan sumber daya manusia, perbedaan pemahaman komunikasi, hingga penggunaan teknologi yang belum optimal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu hambatan yang sering dihadapi adalah padatnya aktivitas organisasi serta banyaknya kebutuhan *stakeholder* yang harus ditangani secara bersamaan. Kondisi tersebut mengharuskan organisasi untuk melakukan analisis prioritas dalam menentukan situasi yang membutuhkan audit komunikasi secara segera (Wahhaj, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa kompleksitas aktivitas organisasi dapat memengaruhi kecepatan dan efektivitas pelaksanaan audit komunikasi, sehingga diperlukan kemampuan dalam menetapkan skala prioritas ketika menghadapi krisis.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, organisasi membentuk forum komunikasi internal dan menyusun standar operasional prosedur (SOP) sebagai pedoman mitigasi serta koordinasi

krisis. Hasil wawancara menunjukkan bahwa forum komunikasi dan SOP digunakan untuk menyepakati mekanisme komunikasi, pembagian peran, serta langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh tim komunikasi dan pimpinan ketika menghadapi krisis (Wahhaj, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan sistem dan prosedur yang jelas dapat membantu organisasi mempercepat proses pengambilan keputusan serta mengurangi potensi kesalahan komunikasi.

Tantangan lainnya berasal dari faktor sumber daya manusia dan budaya kerja organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa konflik antarkaryawan, komunikasi yang kurang efektif, serta kesenjangan keterampilan menjadi faktor yang dapat menghambat efektivitas komunikasi organisasi. Selain itu, penggunaan teknologi komunikasi juga masih menghadapi kendala karena belum seluruh SDM memiliki pemahaman yang sama terhadap sistem komunikasi yang digunakan organisasi (Wijaya, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan audit komunikasi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan SDM dalam memahami dan mengimplementasikan sistem komunikasi yang telah ditetapkan organisasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa hambatan audit komunikasi meliputi padatnya aktivitas organisasi, banyaknya kebutuhan *stakeholder*, keterbatasan SDM, perbedaan kemampuan komunikasi, serta pemahaman teknologi yang belum merata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tantangan audit komunikasi tidak hanya bersumber dari aspek teknis komunikasi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor organisasi dan kapasitas individu yang terlibat dalam proses komunikasi krisis. Oleh karena itu, penguatan koordinasi internal, peningkatan kompetensi SDM, serta penyusunan prosedur komunikasi yang jelas menjadi langkah penting untuk meningkatkan efektivitas audit komunikasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian berjudul "Kajian Kritis Komunikasi Krisis: Belajar dari Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19" yang menjelaskan bahwa ketidakjelasan informasi, perbedaan pemahaman pesan, dan lemahnya koordinasi komunikasi dapat menghambat pengelolaan komunikasi krisis (Wijayanto et al., 2022). Meskipun memiliki kesamaan pada aspek tantangan koordinasi dan perbedaan pemahaman dalam proses komunikasi, penelitian tersebut berfokus pada komunikasi krisis pemerintah selama pandemi Covid-19. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada hambatan audit komunikasi organisasi yang berkaitan dengan kompleksitas aktivitas organisasi, kesiapan SDM, budaya kerja, serta kemampuan adaptasi terhadap penggunaan teknologi komunikasi dalam menghadapi krisis.

Pemanfaatan hasil audit komunikasi menjadi bagian penting dalam proses evaluasi dan perbaikan organisasi setelah krisis terjadi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa temuan audit tidak hanya digunakan sebagai laporan administratif, tetapi juga perlu ditindaklanjuti melalui langkah-langkah yang konkret, terukur, dan didukung oleh komitmen bersama dalam organisasi. Setiap temuan yang diperoleh harus diterjemahkan menjadi aksi nyata dengan tujuan yang jelas agar dapat memberikan dampak terhadap perbaikan sistem komunikasi organisasi (Wijaya, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas pemanfaatan hasil audit sangat bergantung pada keseriusan organisasi dalam menindaklanjuti rekomendasi yang dihasilkan dari proses audit komunikasi.

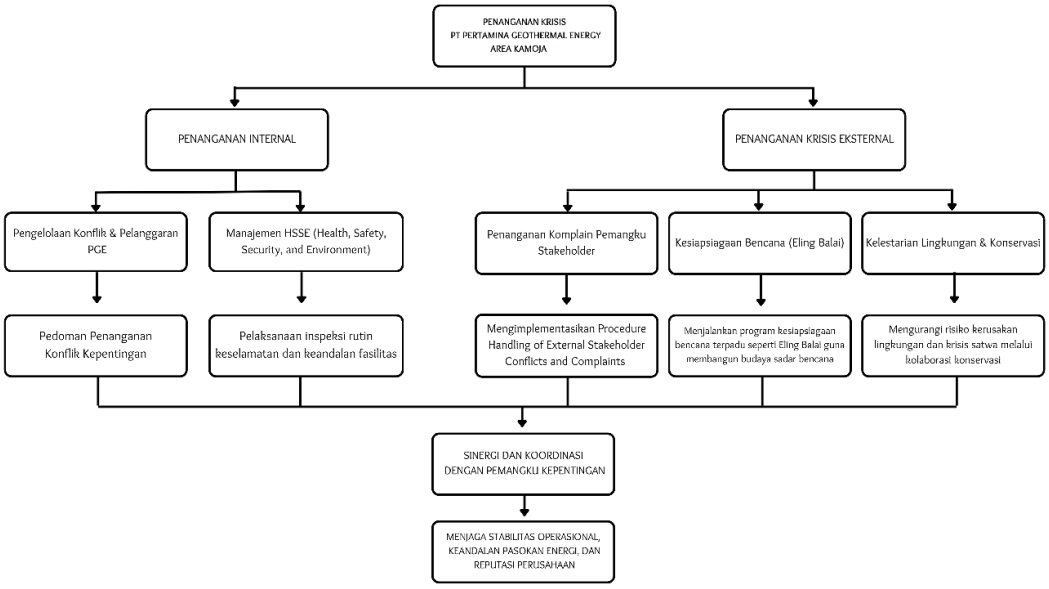
Selain sebagai dasar perbaikan strategi komunikasi, hasil audit juga dimanfaatkan untuk memantau perkembangan reputasi organisasi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemantauan reputasi dapat dilakukan melalui berbagai indikator komunikasi, seperti ulasan publik, peningkatan skor penilaian, posisi organisasi pada mesin pencari, tingkat keterlibatan audiens, hingga sentimen yang berkembang di media sosial (Wijaya, 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa hasil audit komunikasi dapat memberikan gambaran mengenai persepsi *stakeholder* terhadap organisasi, sehingga perusahaan dapat melakukan penyesuaian strategi komunikasi apabila ditemukan indikasi penurunan kepercayaan publik.

Hasil audit komunikasi juga menjadi sarana pembelajaran organisasi dalam memperkuat pengendalian krisis di masa mendatang. Hasil wawancara menunjukkan bahwa evaluasi pascakrisis dapat dimanfaatkan untuk meninjau kembali prosedur yang telah diterapkan, termasuk melakukan pembaruan terhadap standar operasional prosedur (SOP) agar organisasi lebih siap menghadapi potensi krisis serupa di kemudian hari (Wahhaj, 2026). Temuan ini menunjukkan bahwa hasil audit komunikasi tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah jangka pendek, tetapi juga berkontribusi terhadap proses perbaikan berkelanjutan dan peningkatan kesiapsiagaan organisasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa hasil audit komunikasi dimanfaatkan sebagai dasar evaluasi, pemantauan reputasi, penyempurnaan strategi komunikasi, serta pembelajaran organisasi pascakrisis. Pemanfaatan hasil audit yang disertai dengan tindak lanjut yang nyata memungkinkan organisasi untuk memperbaiki kelemahan komunikasi, memperkuat hubungan dengan *stakeholder*, serta meningkatkan kesiapan dalam menghadapi krisis di masa mendatang. Selain itu, pemantauan reputasi secara berkelanjutan membantu organisasi memahami dinamika persepsi publik sehingga keputusan komunikasi yang diambil menjadi lebih adaptif dan tepat sasaran. Temuan ini sejalan dengan penelitian berjudul "Structural Model for the Antecedents and Consequences of Internal Crisis Communication (ICC) in Malaysia Oil and Gas High Risk Industry" yang menjelaskan bahwa komunikasi krisis yang efektif dapat memperkuat dukungan organisasi, komitmen anggota, dan kepercayaan *stakeholder* setelah krisis terjadi (Mohamad & Adamu, 2022). Meskipun memiliki kesamaan dalam menekankan pentingnya komunikasi sebagai upaya memperkuat kepercayaan dan dukungan *stakeholder* pascakrisis, penelitian tersebut berfokus pada pengaruh komunikasi krisis internal terhadap dukungan organisasi dan persepsi krisis. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada pemanfaatan hasil audit komunikasi sebagai dasar evaluasi, pengendalian krisis, pemantauan reputasi, serta pembelajaran organisasi untuk meningkatkan kesiapsiagaan dalam menghadapi krisis berikutnya.

Pola Strategi Manajemen Krisis PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang

Pada bagian ini disajikan pola strategi manajemen krisis PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang berdasarkan hasil penelitian. Pola ini juga menunjukkan kesesuaian dengan konsep Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang menekankan pentingnya penyesuaian strategi respons berdasarkan karakteristik krisis yang dihadapi untuk meminimalkan dampak reputasi organisasi.



Bagan 1: Bagan Alur Penanganan Krisis

Berdasarkan hasil penelitian, gambar di atas menjelaskan bahwa strategi manajemen krisis PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang menunjukkan adanya pola penanganan krisis yang sistematis dan berkelanjutan. Pola tersebut dimulai dari tahap identifikasi potensi krisis, dilanjutkan dengan koordinasi lintas fungsi, pengelolaan informasi, implementasi strategi komunikasi, hingga evaluasi pascakrisis sebagai bentuk pembelajaran organisasi. Temuan ini menunjukkan bahwa audit komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi, tetapi juga menjadi bagian integral dalam keseluruhan proses manajemen krisis perusahaan.

Pada tahap awal, Tim *Government and Public Relations* melakukan pemantauan terhadap isu-isu yang berkembang di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Informan menjelaskan bahwa identifikasi isu dilakukan secara aktif melalui monitoring media, pemetaan *stakeholder*, serta komunikasi langsung dengan masyarakat sekitar untuk mendeteksi potensi gangguan yang dapat memengaruhi operasional perusahaan. Temuan ini memperlihatkan bahwa organisasi telah menerapkan prinsip *early warning system* sebagai bentuk mitigasi risiko sebelum isu berkembang menjadi krisis yang lebih besar. Praktik tersebut sejalan dengan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang menekankan pentingnya pemahaman terhadap karakteristik krisis sebelum menentukan strategi respons yang tepat.

Setelah potensi krisis teridentifikasi, perusahaan melakukan koordinasi internal dengan melibatkan fungsi *Government and Public Relations*, HSSE, keamanan, serta manajemen area. Koordinasi eksternal juga dilakukan dengan pemerintah daerah, aparat keamanan, tokoh masyarakat, dan *stakeholder* lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan berbagai pihak ini bertujuan untuk menyamakan persepsi, menentukan langkah penanganan, serta memastikan bahwa setiap pihak memahami perannya masing-masing selama proses krisis berlangsung. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi krisis sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam membangun kolaborasi lintas fungsi. Hal tersebut sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi internal dan eksternal yang terintegrasi menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi narasi organisasi pada situasi yang penuh tekanan (Sjoraida et al., 2024).

Tahap berikutnya adalah pengendalian informasi melalui penetapan satu pintu komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informasi yang akan disampaikan kepada publik harus melalui fungsi *Government and Public Relations* berdasarkan data teknis dari unit terkait. Kebijakan ini dilakukan untuk mencegah terjadinya *multiple interpretation*, mengurangi risiko miskomunikasi, serta menjaga kredibilitas perusahaan di mata publik. Dalam perspektif SCCT, konsistensi pesan merupakan elemen penting untuk meminimalkan atribusi negatif terhadap organisasi dan mempertahankan reputasi perusahaan selama krisis berlangsung.

Implementasi strategi komunikasi dilakukan dengan menyesuaikan karakteristik *stakeholder* yang dihadapi. Informasi disampaikan melalui media resmi perusahaan, komunikasi langsung kepada masyarakat, serta pemanfaatan media digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan komunikasi dirancang secara komunikatif, informatif, dan tidak tendensius agar mudah dipahami serta tidak memunculkan spekulasi baru di tengah masyarakat. Strategi ini mencerminkan upaya perusahaan dalam menjaga transparansi sekaligus mengendalikan persepsi publik terhadap organisasi.

Setelah krisis dapat dikendalikan, perusahaan melaksanakan evaluasi melalui audit komunikasi untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan. Evaluasi dilakukan dengan melihat kondisi pascakrisis, tingkat penerimaan *stakeholder* terhadap informasi perusahaan, efektivitas media komunikasi yang digunakan, serta kemungkinan adanya keluhan lanjutan dari masyarakat. Temuan audit kemudian dibahas dalam rapat tinjauan manajemen sebagai dasar untuk menentukan langkah perbaikan pada periode berikutnya. Proses tersebut menunjukkan

bahwa perusahaan menerapkan prinsip continuous improvement dalam sistem komunikasi krisisnya.

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, pola strategi manajemen krisis PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang dapat dipahami sebagai suatu siklus yang terdiri atas identifikasi isu, mitigasi risiko, koordinasi internal dan eksternal, pengendalian informasi, implementasi komunikasi krisis, evaluasi, serta pembelajaran organisasi. Berbagai krisis yang terjadi di lingkungan Pertamina Group juga dimanfaatkan sebagai *learning from event* untuk memperkuat kesiapsiagaan perusahaan dalam menghadapi potensi krisis di masa mendatang. Dengan demikian, audit komunikasi berperan strategis tidak hanya sebagai instrumen evaluasi, tetapi juga sebagai mekanisme pembelajaran yang mendukung ketahanan organisasi dalam menjaga reputasi dan kepercayaan *stakeholder*.

Temuan penelitian ini mendukung Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang menekankan pentingnya pemilihan strategi komunikasi berdasarkan karakteristik krisis dan persepsi tanggung jawab publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang menerapkan identifikasi isu, koordinasi lintas fungsi, serta pengendalian informasi melalui satu pintu komunikasi untuk menjaga konsistensi pesan dan meminimalkan ancaman terhadap reputasi perusahaan. Praktik tersebut sejalan dengan pandangan Coombs dan Tachkova "Integrating Moral Outrage in Situational Crisis Communication Theory: A Triadic Appraisal Model for Crises", yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi krisis dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam menyesuaikan respons terhadap dinamika persepsi stakeholder serta menjaga kredibilitas informasi yang disampaikan. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat asumsi dasar SCCT bahwa respons komunikasi yang tepat dapat membantu organisasi mempertahankan kepercayaan publik dan mengurangi dampak reputasional krisis (Coombs & Tachkova, 2023).

Temuan penelitian ini juga memperluas SCCT karena menunjukkan bahwa audit komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme evaluasi pascakrisis, tetapi juga sebagai instrumen mitigasi dan deteksi dini sebelum krisis terjadi. Dalam praktiknya, Tim Government and Public Relations PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang melakukan pemantauan isu, pemetaan *stakeholder*, serta pembelajaran dari berbagai krisis yang terjadi di lingkungan Pertamina Group sebagai bagian dari upaya antisipatif. Aspek tersebut belum banyak dibahas dalam formulasi awal SCCT yang lebih menitikberatkan pada strategi respons setelah krisis teridentifikasi. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa audit komunikasi dapat diposisikan sebagai bagian integral dari manajemen krisis yang bersifat preventif dan berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian "Structural Model for the Antecedents and Consequences of Internal Crisis Communication (ICC) in Malaysia Oil and Gas High Risk Industry", yang menegaskan bahwa komunikasi krisis pada industri berisiko tinggi perlu didukung oleh budaya keselamatan, komitmen manajemen, dan sistem komunikasi internal yang mampu meningkatkan kesiapsiagaan organisasi sebelum krisis terjadi (Mohamad & Adamu, 2022).

Di sisi lain, terdapat temuan yang berbeda dengan penekanan utama SCCT. Teori ini cenderung berfokus pada atribusi tanggung jawab terhadap organisasi yang mengalami krisis secara langsung, sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT PGE Area Kamojang tetap menghadapi tekanan reputasi meskipun krisis terjadi pada entitas lain dalam Pertamina Group. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya efek limpahan reputasi (reputational spillover effect) yang menyebabkan publik memandang perusahaan dalam satu kelompok korporasi sebagai satu kesatuan. Oleh karena itu, strategi komunikasi krisis tidak hanya perlu mempertimbangkan tingkat tanggung jawab organisasi, tetapi juga faktor kedekatan identitas korporasi dan prediktabilitas krisis di mata stakeholder. Temuan ini sejalan dengan "Predictability: The Missing Variable in Public Relations", yang menjelaskan bahwa persepsi publik terhadap

kemampuan organisasi dalam memprediksi dan mengantisipasi krisis turut memengaruhi evaluasi stakeholder terhadap organisasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengindikasikan perlunya pengembangan SCCT agar lebih adaptif terhadap konteks organisasi yang berada dalam struktur korporasi yang saling terhubung (Wilbur, 2023).

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa audit komunikasi memiliki peran yang lebih luas dalam manajemen krisis dibandingkan sekadar alat evaluasi pascakrisis. Audit komunikasi terbukti mendukung efektivitas strategi respons sebagaimana dijelaskan dalam SCCT, sekaligus memperluas pemahaman teoritis melalui fungsi preventif, pembelajaran organisasi, dan penguatan kesiapsiagaan sebelum krisis terjadi. Selain itu, adanya pengaruh reputasi lintas entitas dalam lingkungan Pertamina Group mengindikasikan bahwa pengelolaan krisis pada organisasi modern perlu mempertimbangkan faktor keterhubungan identitas korporasi yang belum banyak dibahas dalam formulasi awal SCCT. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi praktis bagi PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang dalam memperkuat sistem audit komunikasi dan manajemen krisis, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi krisis dengan menempatkan audit komunikasi sebagai instrumen strategis yang bersifat preventif, adaptif, dan berkelanjutan dalam menjaga reputasi organisasi.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, audit komunikasi yang dilakukan oleh Tim Government and Public Relations PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang berperan penting dalam mendukung manajemen krisis melalui identifikasi isu, mitigasi risiko, koordinasi internal dan eksternal, pengendalian informasi, serta evaluasi komunikasi. Efektivitas komunikasi organisasi tercermin dari konsistensi pesan, penggunaan media resmi, dan hubungan yang baik dengan stakeholder dalam menjaga reputasi perusahaan. Audit komunikasi juga dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran organisasi untuk meningkatkan kesiapsiagaan menghadapi potensi krisis di masa mendatang.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian audit komunikasi dan Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Temuan penelitian menunjukkan bahwa audit komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme evaluasi pascakrisis sebagaimana banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya, tetapi juga berperan sebagai instrumen deteksi dini, mitigasi risiko, serta pembelajaran organisasi yang dilakukan secara berkelanjutan sejak tahap pra-krisis hingga pascakrisis. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan SCCT dengan menempatkan audit komunikasi sebagai bagian integral dalam keseluruhan proses manajemen krisis, khususnya pada organisasi sektor energi yang memiliki tingkat risiko tinggi dan menghadapi potensi efek limpahan reputasi antarentitas dalam satu kelompok korporasi.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan energi dalam memperkuat sistem manajemen krisis melalui pelaksanaan audit komunikasi yang terstruktur dan berkelanjutan. Penguatan koordinasi lintas fungsi, optimalisasi penggunaan media komunikasi resmi, pelaksanaan evaluasi komunikasi secara berkala, serta tindak lanjut yang jelas terhadap rekomendasi hasil audit dapat mendukung peningkatan kesiapsiagaan organisasi dalam menghadapi krisis. Selain itu, pemanfaatan hasil audit komunikasi sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dapat membantu perusahaan menjaga reputasi, meningkatkan kepercayaan stakeholder, dan meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh situasi krisis.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu organisasi, yaitu PT Pertamina Geothermal Energy Tbk Area Kamojang, dengan jumlah informan yang terbatas sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh konteks organisasi sektor

energi maupun sektor lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak informan dari berbagai tingkatan organisasi dan stakeholder eksternal, serta menggunakan pendekatan lintas kasus atau studi komparatif agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai implementasi audit komunikasi dalam menghadapi krisis pada berbagai jenis organisasi.

Daftar Pustaka

Abbas, R., & Miller, T. (2025). International Journal of Disaster Risk Reduction Exploring communication inefficiencies in disaster response : Perspectives of emergency managers and health professionals. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *120*(March), 105393. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2025.105393

Almasria, N. A. (2022). Corporate Governance and the Quality of Audit Process : An Exploratory Analysis Considering Internal Audit , Audit Committee and Board of Directors. *European Journal of Business and Management Research www.ejbmr.org*, *7*(1), 78–99. https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.1.1210

Andriyanto, T., & Hendriyani, H. (2024). Crisis Communication Management in Law Enforcement Support Agencies (Study of the Financial Transaction Reports and Analysis Center). *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *13*(1). https://doi.org/10.7454/jkmi.v13i1.1233

Anggraini, Q., & Kurniawati, D. (2022). Organizational Communication Audit Of Clean Indonesia Genbi Program In North Sumatera Region. *Proceedings of International Conference on Communication Science (ICCS)*, (Iccs), 719–727. https://doi.org/10.29303/iccsproceeding.v2i1.86

Arafat, & Rahayu, T. P. (2024). Relations Communication , Technology , and Coordination in Public Sector Crisis. *Politeia : Journal of Public Administration and Political Science and International Relations*, (2), 129–143. https://doi.org/10.61978/politeia.v2i2.964

Babatunde, K. A. (2022). Public Relations and Social Media for Effective Crisis Communication Management. *Jurnal Bina Praja*, *14*, 543–553. https://doi.org/10.21787/jbp.14.2022.543-553

Citrawijaya, O. R., Susanto, B. K., & Amalia, D. A. (2024). The Role of Communication Strategies in Crisis Management : A Comparative Analysis Across Industries. *The Journal of Academic Science*, *1*(6), 748–761. https://doi.org/10.59613/cej49p88

Heide, M., & Simonsson, C. (2026). What was that all about ? On internal crisis communication and communicative coworkership during a pandemic. *Emerald Publishing*, *25*(3), 256–275. https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2020-0105

Komarudin, D. (2026). *Wawancara Mendalam Bersama Staff Officer CSR PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang*.

Meriana, M., Lubis, E. E., Studi, P., Komunikasi, I., Riau, U., Bencana, P., & Perusahaan, R. (2026). Implementasi Komunikasi Krisis Pada Penanganan Bencana Pasca Ledakan PT Kilang Pertamina Internasional Unit Dumai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *15*(1). https://doi.org/garuda.kemdiktisaintek.go.id/journal/view/2292?page=20#!

Mohamad, B., & Adamu, A. A. (2022). Structural Model for the Antecedents and Consequences of Internal Crisis Communication (ICC) in Malaysia Oil and Gas High Risk Industry. *Sage Journals*. https://doi.org/10.1177/21582440221079887

Moura, C. O. de, Silva, Í. R., Silva, T. P. da, Santos, K. A., Crespo, M. da C. A., & Silva, M. M. da. (2022). Methodological path to reach the degree of saturation in qualitative research : grounded theory. *Revista Brasileilira de Enfermagem Reben*, *75*(2), 2–9. https://doi.org/10.1590/0034-7167-2020-1379

Najib, M. A. R., & Bahfiarti, T. (2023). Crisis Communication Management of The Government Public Relations of The National Civil Service Agency in Handling Crisis on

Negative News in Online Media. *European union digital library*. https://doi.org/10.4108/eai.22-7-2023.2335416

Sinaga, H. K. (2026). *Wawancara Mendalam Bersama HSSE Manager PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang*.

Siregar, N., Nursyamsi, S. E., & Dewi, N. K. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Krisis dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan di Situasi Darurat. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 142–154. https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4261

Sjoraida, D. F., Maida, S. T., Riyantie, M., & Ruchiat, A. (2024). Manajemen Komunikasi Public Relations Tim RK-Suswono Dalam Pencabutan Gugatan Hasil Pilkada Jakarta. *Cyber PR*, *4*(2), 204–216.

Suhardi, A. J. (2025). Crisis communication management strategies: a comparative analysis of corporate responses in global emergencies. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, *13*(3). https://doi.org/10.29210/1168500

Toha, M., Ronda, M., & Widowati, D. (2023). Crisis communication management in restructuring programs. *International journal of environmental, sustainabibility and social science*, 1927–1939. https://doi.org/10.38142/ijesss.v4i6.943

Ugahari, G. A. A., & Apriliani, R. (2025). Analisis Situational Crisis Communication Theory (SCCT) pada Strategi Komunikasi Krisis Brand Erspo dalam Kasus Kontroversi Jersey Timnas Indonesia. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(3), 1000–1012. https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.5362

Wahhaj, I. S. (2026). *Wawancara Mendalam Dengan Informan Ahli*.

Wijaya, H. (2026). *Wawancara Mendalam Dengan Informan Ahli*.

Wijayanto, Martini, R., & Elsitra, G. N. (2022). Kajian Kritis Komunikasi Krisis : Belajar dari Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19. *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, *13*(1), 149–166. https://doi.org/10.14710/politika.13.1.2022.149-166

Yanto, E. (2025). *Wawancara Mendalam Bersama Spv Government & Public Relations PT Pertamina Geothermal Energy Area Kamojang*.