

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber Daya Alam (SDA) merupakan kekayaan yang diberikan oleh alam untuk memenuhi kebutuhan manusia. Ada dua macam sumber daya alam berdasarkan sifatnya yakni sumber daya alam yang dapat diperbaharui dan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui. Air merupakan sumber daya alam yang dapat diperbaharui karena penggunaan air tidak akan pernah habis. Dalam kehidupan sehari – hari kebutuhan akan air bersih merupakan keharusan bagi makhluk hidup terutama manusia.

Manusia membutuhkan air bersih dalam aktivitas sehari – hari seperti untuk memasak, mencuci, mandi dan lainnya. Kehidupan di era digital ini memberi perubahan yang sangat pesat dalam kehidupan manusia tidak hanya mengubah pola pikir tapi juga gaya hidup yang semakin instan sehingga tuntutan untuk hidup sehat merupakan kewajiban bagi setiap manusia. Salah satu cara untuk dapat hidup sehat adalah dengan selalu mengkonsumsi air bersih karena air merupakan salah satu kebutuhan pokok makhluk hidup.

Kebutuhan akan air bersih di kabupaten Ende menjadi mudah diperoleh hingga saat ini sejak didirikannya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kelimutu di Kabupaten Ende. Adanya perusahaan milik daerah yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum ini sangat membantu masyarakat memperoleh air bersih dengan kualitas yang baik tapi dengan harga terjangkau disemua kalangan masyarakat di Kabupaten Ende.

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi seorang *Public Relations* atau *Humas* sangat dibutuhkan. Seorang *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan karena perannya yang berfungsi sebagai media dalam hal menyampaikan pesan atau informasi tentang perusahaan atau organisasi kepada khalayak atau public maupun stakeholder. Selain perannya sebagai pusat informasi tentang perusahaan atau organisasi tersebut *Public Relations* juga berfungsi untuk membantu kerja perusahaan dalam memecahkan masalah seperti membantu perusahaan dalam mengatasi krisis yang terjadi dalam perusahaan tersebut.

Perusahaan Daerah Air Minum ini merupakan sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitori oleh aparat-aparat legislatif maupun eksekutif di setiap daerah. Namun, tidak jarang perusahaan atau organisasi biasanya sering mengalami krisis. Krisis adalah setiap peristiwa yang sedang terjadi dan biasanya mengarah pada situasi tidak stabil dan berbahaya yang dapat mempengaruhi individu, kelompok, komunitas, atau seluruh masyarakat. Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Kelimutu ini sendiri sering mengalami krisis.

Berdasarkan hasil observasi pra riset yang peneliti lakukan di PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten Ende¹, peneliti menemukan pada tahun 2019 terdapat salah satu kegiatan unjuk rasa yang dilakukan oleh para pelanggan PDAM di depan kantor PDAM yang terletak di Jl. Gatot Subroto Km 4 kabupaten Ende. Unjuk rasa yang dilakukan oleh para pelanggan tersebut diakibatkan oleh kualitas air yang dialirkan ke rumah – rumah warga atau pelanggan mengalami kekeruhan namun kekeruhan air tersebut hampir dua minggu lebih lamanya tidak mengalami perubahan.

Kekeruhan air ini disebabkan oleh musim hujan yang panjang yang kemudian menyebabkan kali mati wolowona dipenuhi air yang kotor akibat lumpur dari mata air di pegunungan kemudian air tersebut ikut masuk dan mengalir didalam pipa yang akan dialirkan ke bak penampungan air PDAM Tirta Kelimutu. Selain itu kekeruhan air yang semakin tinggi juga disebabkan oleh pipa yang patah di beberapa titik dan juga kekurangan filter atau penyaring air yang disediakan oleh PDAM Tirta Kelimutu. Hal tersebut bisa menjadi ancaman bagi perusahaan apabila tidak segera diatasi dengan cepat dan ini bisa menjadi krisis bagi PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten Ende karena produk yang dikeluarkan tidak sempurna.

Strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Kelimutu dalam mengelola krisis air bersih akibat musim hujan berkepanjangan menjadi suatu hal yang menarik untuk diketahui. Sehingga dalam hal ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berupa “ ***Manajemen Krisis Public Relations PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten Ende Nusa Tenggara Timur (Analisis Studi Kasus Dalam Peristiwa Air Keruh Akibat Musim Hujan Berkepanjangan)***” untuk mengetahui bagaimana pihak PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten Ende dalam mengatasi yang terjadi dalam perusahaan mereka yang disebabkan oleh musim hujan.

¹ Observasi Pra Riset 21 November 2020

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah ;

1. Bagaimana manajemen krisis *public relations* PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten Ende menangani krisis air bersih dalam peristiwa air keruh akibat musim hujan berkepanjangan ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui manajemen krisis *public relations* PDAM Tirta Kelimutu kabupaten Ende dalam menangani krisis air bersih pada peristiwa air keruh akibat musim hujan berkepanjangan di kantor PDAM Tirta kelimutu Kabupaten Ende

D. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan penulis mengenai manajemen krisis *public relations* PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten ende dalam menanganis krisis air bersih pada peristiwa air keruh yang diakibatkan oleh musim hujan berkepanjangan

- b. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manajemen krisis dalam menangani krisis air bersih oleh praktisi *public relation* sehingga dapat menajdi solusi dalam mengatasi masalah serupa dimasa mendatang pada kantor PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten Ende.

E. KERANGKA KONSEP

1. Manajemen Krisis

Manajemen krisis adalah proses yang membahas organisasi atau perusahaan dengan sebuah peristiwa besar yang mengancam atau merugikan organisasi, Pemangku kepentingan, atau masyarakat umum. Ada tiga elemen yang paling umum untuk mendefinisi krisis: ancaman bagi organisasi, unsur kejutan, dan keputusan waktu singkat. Banyak pendapat mengenai manajemen krisis yang dikemukakan oleh para ahli.

Steven Fink berpendapat bahwa ;

“A crisis in a unstable time or state of affairs in which a decisive change is impending-either one with the distinct possibility of a highly undesirable outcome or one with distinct possibility of a highly desirable and extremely positive outcome.”²

Para ahli sepakat bahwa krisis bisa berakibat serius pada operasional organisasi. Ada definisi lain tentang krisis yang membagi peristiwa krisis menjadi 3 (tiga) kategori sederhana. Dalam aliran ini, krisis dikategorikan sebagai kejadian yang menimpa organisasi seperti kecelakaan. Kecelakaan pesawat, tumpahan bahan kimia beracun, atau produk rusak kadaluwarsa dan sifatnya benar-benar kecelekaan termasuk dalam kategori ini. Kategori kedua adalah krisis yang terjadi akibat proses manufaktur seperti cacat produksi, lalu kategori ketiga adalah krisis yang terjadi karena dorongan pihak ketiga untuk kepentingan tertentu. Artinya, krisis itu terjadi akibat tekanan dari luar organisasi.

Robert P. Powel (Nova, 2011:68) menyatakan bahwa krisis adalah kejadian yang tidak diharapkan, berdampak dramatis, kadang belum pernah terjadi sebelumnya yang mendorong organisasi kepada suatu kekacauan dan menghancurkan organisasi. Definisi lain juga dikemukakan oleh George R. Terry (Terry, 1957) manajemen adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan – tindakan perencanaan, perorganisasian, penggiatan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber – sumber lainnya.

Banyak faktor yang menyebabkan suatu perusahaan mengalami krisis di dalam manajemennya. Krisis merupakan suatu kejadian besar dan tidak terduga yang memiliki potensi untuk berdampak negatif maupun positif. Kejadian ini bisa saja menghancurkan organisasi dan karyawan, produk, jasa, kondisi keuangan dan reputasi (Barton, dalam Prayudi 1998:2). Krisis sebenarnya bukan sebuah peristiwa yang dapat diprediksi kapan datangnya. Jalan terbaik untuk menghadapinya adalah dengan membuat perencanaan terlebih dahulu.

Berdasarkan penyebabnya krisis dibagi menjadi Sembilan jenis yakni :

1) Krisis karena bencana alam

² A. Halim Mahfudz. (2018). *“Mengkaji Manajemen Krisis Di Indonesia”*. Yogyakarta: Deepublish. 16-17.

Krisis paling relevan dari krisis adalah yang disebabkan oleh bencana alam. Bencana alam seperti gempa bumi, letusan gunung berapi, banjir yang disebabkan oleh hujan, dan kebakaran dapat terjadi di lingkungan sekitar kita dan manusia sering kali tidak berdaya dalam menghadapinya.

2) Krisis karena kecelakaan industry

Krisis yang disebabkan oleh kecelakaan industry cukup bervariasi mulai dari mesin yang digunakan tidak berfungsi dengan baik, kebakaran, hingga kecelakaan kerja. Jika krisis ini terjadi maka perusahaan harus memberikan perhatian secara penuh dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Kecelakaan industri yang dapat menyebabkan kematian biasanya menjadi “magnet bagi media”

3) Krisis karena produk yang tidak sempurna

Dalam bisnis perusahaan menghasilkan produk yang terdiri dari barang (*goods*) dan jasa (*services*). Barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan juga memiliki potensi krisis. Hal ini terjadi karena produk yang dihasilkan cacat (*defect*) atau kurang sempurna, walaupun sebelumnya perusahaan telah melakukan riset dan teknik pengembangan produk.

4) Krisis karena persepsi public

Saat terjadi krisis dalam sebuah perusahaan, perusahaan yang mengalaminya akan menjumpai krisis lain karena krisis yang terjadi sebelumnya tidak teratasi dengan baik. Inilah yang menyebabkan potensi kerugian menjadi berlipat ganda, baik dari segi keuangan maupun moral karyawan karena citra perusahaan yang terus memburuk. Krisis karena persepsi public biasanya disebabkan oleh karena perusahaan melakukan hal – hal yang bertentangan dengan norma yang ada di masyarakat atau yang bertentangan dengan keinginan dan kepentingan public.

5) Krisis karena hubungan kerja yang buruk

Hubungan kerja yang buruk antara pekerja dan perusahaan dapat menjurus pada krisis besar. Krisis ini dapat mengarah pada kondisi tidak terkendali yang serius dalam operasional perusahaan. Kekuatan buruh terkadang dapat memaksa industry atau perusahaan untuk tutup sehingga perusahaan terpaksa bertindak agresif. Hubungan antara buruh dan perusahaan harusnya dijaga agar tidak samapai pada level saling merusak.

6) Krisis karena kesalahan strategi bisnis

Penyebab utama dari krisis adalah perencanaan atau implementasi strategi bisnis yang keliru atau tidak tepat, yang dilakukan oleh manajemen. Krisis jenis ini biasanya tidak diantisipasi oleh manajemen, kegagalan untuk menyesuaikan dengan kebijakan pasar, krisis global secara tidak langsung berimbas pada bisnis perusahaan.

7) Krisis karena terkait masalah criminal

Krisis yang terkait masalah criminal merupakan ancaman besar untuk beberapa industry, seperti pariwisata, perbankan dan juga penerbangan

8) Krisis karena pergantian manajemen

Kadang – kadang perubahan dalam organisasi dianggap sebagai suatu krisis. Beberapa perusahaan menempatkan CEO mereka sebagai figure penting yang tidak tergantikan sehingga krisis semacam itu tidak perlu terjadi.

9) Krisis karena persaingan bisnis

Ketatnya persaingan bisnis dapat menyebabkan persaingan bisnis jenis ini menjadi semakin sering terjadi. Beberapa perusahaan yang memonopoli pasar dapat mengontrol pasar dan menyerang pesaing secara frontal.³

Steven Fink (Puspitasari,2016:46) membagi tahapan krisis menjadi 4 tahap yaitu :

1. Tahap Prodromal

Tahap ini adalah awal dimana muncul tanda – tanda peringatan akan munculnya krisis yang pada umumnya disebut tahap pra krisis. Tahap ini sudah terlihat sebagai suatu peringatan adanya krisis ketika seorang anggota organisasi mengalami keluhan karena merasa tidak adil dalam organisasi. Krisis pada tahap ini biasanya terlihat dari tiga bentuk yaitu :

- a. Jelas sekali. Artinya adalah gejala awal krisis pada perusahaan atau organisasi tersebut sangat jelas terlihat
- b. Samar-samar. Gejala yang muncul sulit untuk diinterpretasikan dan sulit untuk mengukur luasnya krisis sehingga dibutuhkan tenaga ahli sebelum menjadi krisis yang sebenarnya.

³ Nova, Firsan. (2009). *“Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan”*. Jakarta: Grasindo

c. Sama sekali tidak terlihat. Artinya adalah perusahaan atau organisasi tidak dapat membaca gejala ini karena perusahaan terlihat baik – baik saja.

2. Tahap Akut

Tahap ini disebut sebagai “*point of no retrun*” dimana sekali tanda saja sudah dikirimkan dan dibiarkan hingga dari tahap prodromal berpindah ketahap akut sehingga bisa dipastikan tidak bisa kembali ke titik awal dan beberapa sudah muncul kerusakan

3. Tahap Kronis

Tahap ini biasanya disebut sebagai tahap bersih-bersih dimana pada tahap ini mulailah tahap dimana organisasi membersihkan luka-luka, atau kerusakan yang terjadi pada organisasi. Tahap ini juga disebut sebagai taha “*post mortem*” dimana untuk masuk dalam tahap penyembuhan biasaya dilakukan serangkaian proses audit atau investigasi oleh pihak otoritas atau bisa jadi investigasi dilakukan oleh media massa melalui proses wawancara yang memakan waktu panjang.

4. Tahap Resolusi Krisis

Tahap ini dijelaskan sebagai tahap dimana organisasi mulai menjadi pulih namun sekalipun sudah kembali pulih organisasi tetap harus melihat krisis yang terjadi sebagai bagian dari pembelajaran untuk berhati-hati pada masa berikutnya.

1) Langkah – langkah Mengelola Krisis

Reynald Kasali (dalam Kasali, 2000) langkah –langkah yang perlu dilakukan dalam pengelolaan krisis yaitu:

a. Identifikasi Krisis

Langkah ini merupakan langkah awal yang dilakukan dalam mengelola krisis. Pada langkah ini pihak perusahaan atau organisasi melakukan diagnosis, meneliti simtom dan *set back* untuk memperoleh gambaran yang utuh. dalam hal ini perusahaan atau organisasi bisa menghubungi pihak-pihak lain diluar perusahaaan, seperti para akademi, pengamat, dan juga konsultan.

b. Analisis Krisis

Sangat penting bagi pihak perusahaan untuk mampu menganalisis krisis. Pada langkah ini sangat penting bagi perusahaan untuk mempunyai keahlian dalam

membaca permasalahan. Analisis mempunyai cakupan yang luas, mulai dari analisis parsial hingga analisis integral yang kait-mengait.

c. Isolasi Krisis

Langkah tersebut juga dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk mencegah krisis tersebut menyebar luas sehingga krisis tersebut harus diisolasi atau dikarantina sebelum tindakan serius dilakukan.

d. Pilihan Strategi

Ada 3 pilihan strategi generic untuk menangani krisis, yaitu :

a) Strategi Defensif

Langkah-langkah yang diambil meliputi: mengulur waktu, tidak melakukan apa-apa, membentengi diri dengan kuat

b) Strategi Adaptif

Langkah yang diambil mencakup hal-hal yang lebih luas meliputi: mengubah kebijakan, modifikasi operasional, kompromi, dan meluruskan citra

c) Strategi Dinamis

Sedikit bersifat makro dan dapat mengakibatkan berubahnya karakter perusahaan, meliputi: merger dan akuisisi, inventasi baru, menjual saham, meluncurkan produk baru atau menarik peredaran lama, menggandeng kekuasaan, melempar isu baru untuk mengalihkan perhatian.

e. Program Pengendalian

Langkah ini merupakan langkah yang dilakukan menuju strategi yang dirumuskan dan biasanya disusun dilapangan ketika krisis muncul. implementasi pengendalian diterapkan pada perusahaan, industry, komunitas dan divis-divisi perusahaan.

2. Peran *Public Relations* dalam masa Krisis

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang membantu menjembatani sebuah organisasi atau perusahaan dengan masyarakat ataupun dengan stakeholder. Selain itu juga peran seorang public relations ini juga sangat membantu perusahaan dalam hal membangun hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat atau publicnya. Sehingga seorang public relations sangat dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan baik . Aktivitas yang dilakukan oleh seorang public relations dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik (two ways traffic Communications) antar *public relations* dan

stakeholdernya bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan memperoleh dukungan.

Public Relations mempunyai peranan penting dalam menangani masa krisis, mengingat masa krisis dapat berdampak negatif terhadap citra perusahaan, sehingga dapat dikatakan *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang strategis. Agar fungsi strategis ini dapat berjalan dengan baik, posisi divisi/bidang *Public Relations* harus berada dibawah pimpinan puncak, dengan demikian insan *Public Relations* mempunyai kewenangan yang memungkinkan fungsi tersebut dapat dijalankan secara efektif.

Dalam menjalankan peran tersebut praktisi *Public Relations* harus membuat langkah-langkah strategisnya:

- (1) *Press relations* (hubungan pers)
- (2) *Government Relations*, (hubungan pemerintah)
- (3) *Opinion Leaders Relations* (hubungan dengan pemuka pendapat)
- (4) *Trade relations* (hubungan perdagangan).⁴

1) **Strategi *Public Relations***

Strategi pada awalnya didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. Konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan strategi yang digunakan di dalam dunia militer. Strategi di dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh suatu peperangan. Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan pertempuran disebut taktik.⁵ Ada empat tahapan yang dilakukan seorang *humas* dalam strategi hubungan masyarakat (Mcelreath, 1993) yakni:

a) Mengatasi Permasalahan (*fact finding*)

Tahapan ini bertujuan untuk menemukan fakta di lapangan atau suatu hal yang berkaitan dari opini, sikap dan reaksi public dengan kebijaksanaan pihak organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. kemudian memberikan penilaian dari fakta, data dan informasi yang telah diperoleh sebagai acuan pedoman untuk menentukan keputusan. Dalam tahap ini seorang praktisi *public relations* harus mampu untuk

⁴ Suryani Musi, dkk.(2020).”*Krisis Public Relations*”.Pasuruan:*Qiara Media*,46.

⁵ Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga.

mendengarkan dan menemukan fakta dilapangan yang ada dimasyarakat (public) dan berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi atau perusahaan.

b) Perencanaan Program (*Planning and Programing*)

Tahapan ini merupakan kegiatan yang menitik beratkan kepada sebuah usaha perencanaan dan upaya pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan dan menetapkan program kerja organisasi dan perusahaan yang sejalan dengan kepentingan pihak lainnya (public) sebagai khalayak sasaran yang memiliki sikap, opini, ide-ide, dan reaksi tertentu terhadap kebijaksanaan keputusan yang telah ditetapkan oleh pihak organisasi.

c) Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi (*action and communicating*)

Tahapan ini praktisi *public relations* hanya mengacu pada program yang telah dibuat dan disepakati oleh pihak-pihak yang terkait dalam organisasi. Pada tahap ini diperlukan perencanaan yang matang berdasarkan data dan fakta yang ada, sehingga menimbulkan pesan-pesan efektif untuk mempengaruhi opini public atau pihak lain yang dianggap penting, berpotensi dalam upaya mendukung penuh, dan sebagai upaya untuk menjawab pertanyaan.

d) Evaluasi Program (*evaluation*)

Pada tahapan ini praktisi *public relations* melakukan evaluasi dengan cara mengukur sejauh mana program kerja tersebut telah berhasil dilakukan. Praktisi *public relations* kemudian melakukan perbaikan, pembaruan, serta membuat batasan waktu yang jelas. tahap ini juga merupakan penilaian terhadap hasil –hasil dari riset hingga perencanaan program kerja aktivitas *public relations*, serta keefektifitasan dari proses manajemen dan bentuk serta model komunikasi tersebut dipergunakan.

Dalam situasi krisis peran *public relations* sangat penting dalam membantu perusahaan dalam menangani krisis. Krisis harus direspon dengan baik oleh pihak perusahaan, dan biasanya dapat dilakukan oleh seorang praktisi *public relations*. Tindakan komunikasi yang dilakukan praktisi *public relations* yakni apa yang harus dikatakan oleh perusahaan mengenai krisis kepada publik. Dalam hal ini informasi harus betul- betul dikemas dengan baik. Kebutuhan informasi akan menjadi sangat tinggi ketika perusahaan dalam situasi krisis. Karena itu informasi harus cepat tetapi juga akurat dan selalu di update dan hal tersebut merupakan

prioritas utama. Media harus digandeng untuk memberikan informasi yang tepat dan akurat pada publik dan masyarakat secara luas.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian menggunakan metode studi kasus. Studi Kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut.

Seperti halnya pada tujuan penelitian pada umumnya, penelitian yang menggunakan metode penelitian studi kasus bertujuan untuk memahami objek yang ditelitinya. Meskipun demikian, berbeda dengan penelitian yang lain, penelitian studi kasus bertujuan khusus menjelaskan dan memahami objek yang ditelitinya secara khusus sebagai suatu kasus. Biasanya, peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal yang actual (real-life events), yang sedang berlangsung, bukan sesuatu yang sudah lewat.⁶ Menurut Creswel studi kasus seperti halnya entografi analisisnya terdiri dari deskripsi terinci tentang studi kasus beserta settingnya. Apabila suatu kasus menampilkan kronologis suatu peristiwa maka menganalisisnya memerlukan banyak sumber data untuk menentukan bukti pada setiap fase dalam evolusi kasusnya.⁷

a. Subyek Dan Objek Penelitian

Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikonto penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati. Pada penelitian ini subjek yang dipilih adalah direktur PDAM Tirta Kelimutu, Humas dan kepala bidang teknik PDAM Tirta Kelimutu kabupaten Ende Nusa Tenggara Timur.

Adapun objek penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana manajemen krisis *public relations* PDAM Tirta Kelimutu Kabupaten Ende dalam menangani krisis air bersih pada peristiwa air keruh akibat musim hujan berkepanjangan. Tempat penelitian

⁶ <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>

⁷ Fitrah, Muh dan Luthfiyah. (2017). "Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus". Jawa Barat: CV Jejak

yang dipilih dalam penelitian ini adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kelimutu Kabupaten Ende, jl. Gatot Subroto Km. 4 Flores, Nusa Tenggara Timur.

b. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan teknik pengumpulan data hal tersebut dilakukan agar peneliti memperoleh data yang valid. Menurut Sugiyono (2012:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data.⁸ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang akan dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data adalah dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

a) Observasi

Pada langkah kedua dalam melakukan pengumpulan data adalah penulis melakukan kegiatan observasi. Observasi merupakan kegiatan atau aktivitas pengamatan terhadap suatu objek dengan maksud secara langsung memahami dan merasakan permasalahan yang terjadi pada objek dan melatarbelakangi objek penelitian tersebut. Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah di kantor PDAM yaitu mengamati cara kerja pihak perusahaan dalam mendistribusikan air bersih kerumah pelanggan.

b) Wawancara

Teknik pengumpulan data yang dilakukan selanjutnya adalah dengan melakukan wawancara. Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua orang antara narasumber dan pewawancara, proses wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang tepat dan terpercaya agar data yang terkumpul merupakan data dan informasi yang sebenar – benarnya. Narasumber yang dipilih pada penelitian ini yaitu Bapak Yustinus Sani selaku Direktur Utama PDAM, ibu Selvi Bate selaku *humas* dan bapak Pertus Pati selaku kepala bidang teknik dilapangan dan sering bertugas dilapangan PDAM Tirta Kelimutu kabupaten Ende.

c) Dokumentasi

Dalam sebuah penelitian dokumentasi juga merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan karena dokumentasi dilakukan untuk menyediakan dokumen – dokumen sebagai bukti akurat dari pencatatan sumber – sumber informasi khusus

⁸<https://eprints.uny.ac.id/18466/5/BAB%20III%2010417144040.pdf>

dari buku – buku, majalah, dokumen, peraturan undang-undang dll mengenai kantor PDAM Tirta Kelimutu kabupaten Ende.

c. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan dan Biklen adalah kegiatan mengorganisasikan data menjadi satu kesatuan dan menemukan data yang diperoleh untuk kegiatan untuk dapat diangkat sebagai hasil dari kegiatan penelitian tersebut⁹. Menurut Miles & Huberman (1992) Teknik analisis data diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang sebelumnya sudah dilakukan pada kegiatan penelitian, baik dengan menggunakan dokumen, observasi, dan wawancara, sehingga selanjutnya dapat dilakukan analisis data. Teknik analisis data melalui tiga alur¹⁰, yaitu:

a) Reduksi Data

Pada kegiatan reduksi data, kegiatan yang dilakukan adalah dengan memilah data yang telah didapatkan pada saat proses pengumpulan data dan menyederhanakan informasi yang didapatkan tersebut agar berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Dalam hal ini kegiatan reduksi data dilakukan bertujuan untuk menghadirkan data yang sesuai dengan fokus penelitian, sehingga mengambil informasi yang memang diperlukan dan menyisihkan informasi yang tidak berhubungan dengan subyek dan objek penelitian.

b) Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data atau memilah data yang diperlukan dalam laporan kegiatan penelitian, kegiatan selanjutnya adalah penyajian data. Pada penyajian data khususnya pada kegiatan penelitian kualitatif, peneliti menghadirkan data-data yang sudah di reduksi tersebut dengan berupa teks naratif sesuai dengan hasil dari kegiatan penelitian dan disajikan dengan bentuk yang sangat dipahami oleh pembaca dan sesuai dengan kaidah penulisan dalam kegiatan penelitian.

c) Penarikan Kesimpulan

Pada bagian analisis data terakhir yang dilakukan adalah penarikan kesimpulan dari sajian data yang sudah disusun yang berkaitan dengan hasil dan proses penelitian tersebut. Dalam kegiatan penarikan kesimpulan harus memperhatikan fokus penelitian atau rumusan masalah yang sudah dibuat, sehingga kegiatan penarikan kesimpulan

⁹ Mustoip, Iyan. (2018). *“Implementasi Pendidikan Karakter”*. Surabaya: CV. Jakad Publishing, 29

¹⁰ Miles dan Huberman., (1992), *“ Analisis Data Kualitatif”*. Jakarta

secara langsung akan menjawab rumusan masalah penelitian yang sebelumnya sudah dibuat oleh peneliti. Selain itu juga, pada kegiatan penarikan kesimpulan makna dan informasi yang ada didalam kegiatan penelitian tetap tersaji dan terangkum dengan baik, sehingga penelitian yang bersifat informatif tetap dipertahankan oleh peneliti dalam kegiatan penelitian.