

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Koding

Nama	Subjek Penelitian	Jabatan	Keterangan	Koding Informan
Rezha Abdillah	Komunikasi Korporat PKT	AVP	10 November 2023, Jl. James Simanjuntak No. 1, Guntung, Kec. Bontang Utara, Kota Bontang, Kalimantan Timur 75313	PR1
Anggi Anisa	Departemen Komunikasi Korporat PKT	Staf	10 November 2023, Jl. James Simanjuntak No. 1 Guntung, Kec. Bontang Utara, Kalimantan Timur 75313	PR2
Samuel	Departemen Hukum (Korporasi)	Staf	21 Oktober 2023, Jl. Insinyur Simon Tampubolon HOP 4/147, Gn Telihan, Kec. Bontang, Kalimantan Timur 75383	PR3
Satria	Departemen Hukum PKT	Staf	21 Oktober 2023, Jl. Insinyur Simon Tampubolon, HOP 4/147, Gn Telihan, Kec Bontang, Kalimantan Timur 75383	PR4
Rukidah	Masyarakat	Warga Sidrap (Bufferzone)	20 Desember 2023, Sidrap Bontang	PR5
Arman	Masyarakat	Warga Loktuan (Bufferzone)	20 Desember 2023, Loktuan Bontang	PR6

Aspek yang diteliti:

- i. Permasalahan dan tantangan PR
- ii. Menemukan Permasalahan
- iii. Perencanaan dan Penyusunan

- iv. Tindakan dan Berkomunikasi
- v. Evaluasi Program
- vi. Strategi PR
- vii. Pra Riset

Petunjuk Coding  
 Koding Informan + No Aspek  
 Contoh: PR1.i

**Lampiran 2 Coding Data Wawancara**

Aspek	Keterangan	Koding
<b>Permasalahan dan tantangan PR</b>	<b>Permasalahan dan tantangan yang pernah dihadapi oleh PT Pupuk Kalimantan Timur (“PKT”) yang mengganggu citra Perusahaan</b>	
<b>Permasalahan dan tantangan PR</b>	<b>Apakah permasalahan dan tantangan yang pernah terjadi dan dihadapi oleh PKT yang dianggap mengganggu citra perusahaan?</b>	
	<p>Kalau kita bicara umum karena kita sih karena kita fokusnya di Petrokimia itu lebih banyak ke eee apa permasalahan lingkungan jadi permasalahan lingkungan yang sering menjadi apa ya semacam sesuatu yang menjadi eee cukup banyak perbincangan di Masyarakat khususnya masyarakat bufferzone, karena posisi tubuh Kaltim saat ini kan kita berada di apit oleh dua apa namanya Dua Kelurahan kita ada guntung dan loktuan. Dua Kelurahan ini berdampingan secara langsung eh dengan Pupuk Kaltim. Jadi eee semua aktivitas-aktivitas harian yang ada di pabrik itu akan berdampak langsung. Nah kalau yang rutin biasanya terkait permasalahan eee bau amonia. Tapi Eh kalau mau melihat itu kan kita punya ambang batasnya. Sebenarnya kalau di Komunikasi Korporat itu kan kita ada tiga bagian yang enggak ada media, ada internal relation dan eksternal. Nah teman-teman di Eksternal dan ini kan Emang tugasnya berkomunikasi dengan masyarakat. Masyarakat, Stakeholder, baik</p>	PR1.i

	<p>itu pemerintah maupun individu. Karena komunikasi mereka yang dibangun sudah cukup bagus. misalkan dari permasalahan permasalahan terkait lingkungan, misalkan kita sudah punya call center proses seperti itu. Jadi pelaporan misalkan dari sebelah sini ada keluhan guntung, begitu mereka melaporkan terjadi bau ammonia yang cukup menyengat. Nanti dari laporan yang masuk ke kami akan ditindak lanjuti oleh tim lingkungan hidup. Tim lingkungan hidup akan melakukan pengecekan sesuai ambang batas bau amonia. Kalau misalkan dirasa itu masih di bawah ambang batas berarti masih aman. Jadi kita harus memberikan semacam edukasi saja ke masyarakat terkait bagaimana cara menghadapi bau amonia. Itu sudah rutin kita lakukan sosialisasi itu menanggapi apabila ada mencium bau yang menyengat, kita menyarankan bisa menggunakan kain yang dibasahkan untuk menutup hidung. Tapi sebenarnya kejadian kejadian itu itu kan sifatnya tidak berlangsung secara dalam jangka waktu terus menerus. Karena biasanya bau itu kan mengikuti arah angin, yang mana pada saat arah angin berubah, pasti bau itu otomatis hilang. Tapi yang perlu kita jaga, dan kita pastikan adalah bahwa itu adalah masih di dalam ambang batas normal manusia. Tapi kalau misalkan nanti ternyata ada hal-hal yang meresahkan diluar dari ambang batas itu kan ada tindakan-tindakan preventif lainnya yang memang sudah dilakukan. Jadi di Pupuk Kaltim sendiri kita sudah punya istilahnya kayak tim krisis yang PIC-PIC yang akan menjadi penanggung jawab di</p>	
--	---	--

	<p>setiap kejadian seperti itu. Penyebab kejadian seperti itu rata-rata. itu juga kalau kita melihat itu skala kecil ya skala kecil. Kalauskala besar, misalkan pada pabrik terjadi ledakan, ada malfungsi alat atau ada fatality dapat mencegah kecelakaan kerja, itu juga yang perlu kita dapat tangani secara serius ya khususnya di media. Mungkin sempat dengar tahun lalu, ada pabrik meledak. Pada saat itu sempat beredar foto-foto yang sebetulnya foto-foto tersebut masuk ke media tanpa narasi yang jelas, sehingga menimbulkan banyak persepsi di masyarakat yang menyampaikan kalau gas ini beracun dan berbahaya karena mencemari udara. Setelah itu memang secara cepat kita juga tindaklanjuti itu dengan mengeluarkan statemen resmi dari perusahaan kepada media kalau kondisi saat ini sudah aman terkendali dan tidak ada korban jiwa. Jadi kita statemen yang harus pertama kali kita keluarkan adalah bagaimana kita menenangkan masyarakat di sekitar dulu supaya tidak termakan dengan isu-isu yang beredar di masyarakat. Kalau isu gas beracun itu tidak benar, kita sampaikan juga tidak benar. Jadi masyarakat tetap tenang, kondisi saat itu sudah stabil, dapat dikendalikan dan tidak ada korban jiwa seperti itu sih. Sejak awal kita selalu seperti itu. Bagaimana cara kita menenangkan masyarakat di sekitar dulu supaya tidak termakan isu isu atau oknum oknum yang memanfaatkan momen momen tersebut untuk merusak citra perusahaan. Setelah itu biasanya kita akan buat tindak lanjut tuh. Biasanya besoknya kita akan mengeluarkan rilis. Kemudian kita akan</p>	
--	---	--

	<p>mengeluarkan rilis terkait kronologi kejadian maupun update dari hasil investigasi kita. Tentunya untuk memberi kepercayaan ke masyarakat kita harus memasukkan statemen-statemen key opinion leader yang bisa mereka pegang, misalkan kayak walikota, Kapolres, semua pihak pihak yang memang berwenang dalam penanganan kasus tersebut. Jadi kalau kita berbicara dari sisi kita saja, masyarakat juga tidak akan percaya 100%. AH paling ada ditutup tutupi Tuh dari Pupuk Kaltim. Tapi kalau kita bisa mengambil statemen dari Kapolres, dari Walikota, dari DLH, itu juga penting karena terkait isu pencemaran lingkungan. Jadi kita minta DLH untuk melakukan uji sampling semacam itu sebagai setelah mereka mengeluarkan statemen kalau apa gas yang kemarin meledak itu tidak beracun. Nah mampu memperkuat ini isu itu yang akhirnya bisa kita redam, bisa kita redam dalam waktu seminggu yang lalu ke seluruh desa kita redam. Nah, tugas selanjutnya di media adalah bagaimana kita akan selalu memonitor pemberitaan yang ada di internet.</p> <p>Karena kalau kita misalkan saat search pupuk Kaltim, kemudian pilih feature news itu waktu awal awal itu pasti yang keluar berita ledakan semua. Nah tugas kita setelah kita bisa meredam itu adalah bagaimana menghilangkannya dari berita yang beredar</p> <p>Bagaimana peristiwa tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap PKT? Jadi kita buat rilis berita positif terkait bantuan bantuan CSR, kegiatan kegiatan penghargaan dan macam</p>	
--	--	--

	<p>macam. Jadi kita lihat dulu tema-tema berita apa yang mungkin sudah pernah diangkat, kita coba tulis ulang kembali. Tujuan kita untuk menurunkan search engine optimitation (SEO), pelan pelan akan turun. Lama lama menghilang karena sudah tertutup oleh pemberitaan pemberitaan positif yang kita keluarkan seperti itu. Sudah rata rata itu terjadi kalau itu yang berpengaruh terhadap citra itu. Pertama adalah terkait pencemaran lingkungan. Terus kalau bisa kecelakaan kerja terus.</p>	
<p><b>Permasalahan dan tantangan PR</b></p>	<p><b>Bagaimana PKT merespon dan/atau mengambil langkah-langkah konkret dalam menanggapi dan menyelesaikan masalah yang muncul dari permasalahan tersebut?</b></p>	
	<p>Ada tiga orang yang terdiri dari direktur direktur utama sektor dan tipikor Korkom. Jadi yang berhak berbicara keluar itu tiga orang. Nah dari kita lihat juga nih, kalau misalkan hanya butuh istilahnya hanya butuh stemen saja kita membuat rilis, kita rasa sudah cukup, kita siapkan itu nanti. Jadi dari kronologi dan sistem, kami menyiapkan step by step men untuk sebuah proses. Tapi sifatnya step by step. Step by step ini sifatnya reaktif. Apabila ada media atau jurnalis yang bertanya langsung ke kita, dia bisa menjawab sesuai dengan beras dan listrik yang sudah kita buat. Tapi kalau kita rasa ini enggak bisa nih, harus langsung dikontrol, dirilis. Kita buat prosedurnya. Jadi presiden kita sebagai media untuk menjawab dari hasil penyidik di luar. Jadi kita lihat dulu skala skala apa namanya, skala kepentingannya. Di Palembang ini tetangga kita sifatnya reaktif,</p>	<p>PR1.i</p>

	<p>dahulu proaktif menghadapi krisis tersebut. Kita buat standar statmen yang diperlukan untuk jaga jaga. Jadi misalkan saya bisa kali ini sudah disebut person, saya sudah menyiapkan statment tapi enggak akan saya sebar tuh informasi itu kecuali ada yang menanyakan. Bukan saja kami mengkonfirmasi apakah benar ada kejadian kejadian ini atau kita keluarkan statemen tersebut, tapi kalau misalkan memang skalanya cukup besar, mungkin kita selain step by step kita akan Melanjutkan dengan presidium kabinet dulu.</p> <p>Kemudian bagaimana Manajemen private berkomunikasi dengan Para pemangku kepentingan pembangunan selama dan setelah permasalahan tersebut terjadi di pengadilan ini bagaimana hubungan mereka dengan Pemerintah dan badan regulasi</p>	
<p><b>Permasalahan dan tantangan PR</b></p>	<p><b>Bagaimana Manajemen PKT berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) selama dan setelah permasalahan tersebut terjadi? Lebih lanjut, bagaimana hubungan PKT dengan pemerintah dan badanregulasi?</b></p>	
	<p>Jadi informasi informasi apa pun dari stakeholder mereka yang bisa dapet duluan. Nanti mereka akan kolaborasi sama kita kita untuk menghindari medianya. Karena kan media juga penting ya, karena ya media itu juga bisa jadi alat buat mereka untuk menjatuhkan kita atau membuat isu isu miring terkait provokasi dan lain lain itu lebih bisa kita kontrol. Tapi di luar itu kita juga selain pemberitaan itu juga membangun hubungan baik juga dengan semua jurnalis dan media media, baik itu di lokal, regional</p>	



	<p>maupun nasional. Jadi kita juga rutin melakukanyang namanya menjaga diri ini menyebutkan itu, kitaakan kumpulkan semua wartawan wartawan yang memang serius apa namanya. Konsepnya memang di dunia industri maupun petrokimia, yaitu dengan kita membangun silaturahmi yang bagus, komunikasi yang bagus.</p> <p>Jadi informasi informasi apa pun dari stakeholder mereka yang bisa dapet duluan. Nanti mereka akan kolaborasi sama kita kita untuk menghindari medianya. Karena kan media juga penting ya, karena ya media itu juga bisa jadi alat buat mereka untuk menjatuhkan kita atau membuat isu isu miring terkait provokasi dan lain lain itu lebih bisa kita kontrol. Tapi di luar itu kita juga selain pemberitaan itu juga membangun hubungan baik juga dengan semua jurnalis dan media media, baik itu di lokal, regional maupun nasional. Jadi kita juga rutin melakukanyang namanya menjaga diri ini menyebutkan itu, kitaakan kumpulkan semua wartawan wartawan yang memang serius apa namanya. Konsepnya memang di dunia industri maupun petrokimia, yaitu dengan kita membangun silaturahmi yang bagus, komunikasi yang bagus.</p> <p>Apabila ada isu isu yang negatif terkait Pupuk Kaltim, mereka konsentrasi masih menunggu kita sebelum mereka memberikan pemberitaan yang melebihi ambang ini. Bener nggak kita ini tinggal di rumah benar benar mengundang mereka. Rasanya itu terjadi di luar dari pengendalian media. Kita juga harus membangun hubungan baik juga dengan teman teman</p>	
--	--	--

	<p>jurnalis. Karena kalau kita tidak punya hubungan baik, ya mereka gelar. Gak tau nih mau konfirmasi ke mana nih. Terkait pemberitaan dan publikasi, bukan tidak mungkin masih dianggap negatif. Nah kita enggak punya kenalan itu. Bukannya udah bersinergi dulu, tapi nanti mereka googling. Kita ketemu deh baca medianya dan beritanya. Tapi dengan kita menjaga hubungan baik itu, mereka pasti selalu konfirmasi dulu. Karena mereka juga punya istilah yang paling saya ingat. Kita jurnalistik. Ya kita jurnalistik itu harus mau tahu. Saya harus konfirmasi dulu dalam hal apa. Namanya memberikan sebuah statement menjadi statement yang diberikan juga tidak boleh sifatnya spekulasi. Jadi memang betul betul fakta yang ada di lapangan. Seperti sebagai mereka memang sudah ada. Ini menjadi tugas yang ditugaskan penulis untuk.</p> <p>Kemudian bagaimana peristiwa tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat. Terhadap samping itu kita juga sudah sampaikan kalau persepsi itu bukan karena 10 persepsi bisa kita rubah ya. Tapi memang tidak hanya cukup dari namanya, belum cukup media saja. Tapi ya itu tadi, kita kerja sama sama temen temen apa eksternal ini kita tugasnya untuk bagaimana menyiarkan yang bisa merubah persepsi dengan kita memberikan pemberitaan yang positif, Masyarakat yang pasti melihat itu apa namanya usaha, tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat seperti apa. Tapi di sisi lain, temen temen di eksternal itu yang tentu di media kita enggak bisa menjabarkan</p>	
--	---	--

	<p>secara eksklusif benar, tapi kita kan hanya menjabarkan secara keseluruhan. Nah, temen temen eksternal ini yang tugasnya berkeliling ke masyarakat.</p> <p>Jadi mereka sudah baca beritanya dan senang yang menjelaskan secara teknis. Jadi seperti ini seperti ini seperti ini. Jadi berbicara lebih kita dibandingkan kita enggak mungkin berbicara sampai ke hal teknis ya. Jadi begini, itu yang dilakukan oleh temen temen. Apa namanya eksternal ke masyarakat yang isinya itu benar benar bisa memperkuat persepsi di masyarakat terhadap peristiwa yang terjadi sebelumnya seperti. Bagaimana pesantren merespon atau mengambil langkah langkah konkret dalam menanggapi dan Menyelesaikan masalah yang muncul dari permasalahan tersebut. Kalau langkah langkah. Konkrit yang disahkan pada saat kita berbicara yang bisa kalian apresiasi. Kalau kita berbicara seperti biasanya, apa namanya? Kita akan berkumpul semua di institusi terkait. Dulu akan ada rapat internal terkait pembahasan proses tersebut. Ini pertama yang pertama kali kita lakukan adalah pembuatan kronologi. Karena dari kronologi itu baru kita bisa bercerita apa yang terjadi. Tapi tidak semua yang ada di kronologi itu kita sampaikan karena sifatnya teknis media. Tapi nanti akan kita buat narasi baru sesuai dengan kronologi yang sudah ada.</p> <p>Jadi nanti kalau kita disini sekarang sudah discover. Setelah kemarin kita sudah punya struktur yaitu tokoh senior. Ada tiga orang yang terdiri dari direktur direktur utama sektor dan tipikor Korkom. Jadi yang berhak</p>	
--	--	--

	<p>berbicara keluar itu tiga orang. Nah dari kita lihat juga nih, kalau misalkan hanya butuh istilahnya hanya butuh statemen saja kita membuat rilis, kita rasa sudah cukup, kita siapkan itu nanti. Jadi dari kronologi dan sistem, kami menyiapkan step by step men untuk sebuah proses. Tapi sifatnya step by step. Step by step ini sifatnya reaktif. Apabila ada media atau jurnalis yang bertanya langsung ke kita, dia bisa menjawab sesuai dengan beras dan listrik yang sudah kita buat. Tapi kalau kita rasa ini enggak bisa nih, harus langsung dikontrol, dirilis. Kita buat prosedurnya. Jadi presiden kita sebagai media untuk menjawab dari hasil penyidik di luar. Jadi kita lihat dulu skala skala apa namanya, skala kepentingannya. Di Palembang ini tetangga kita sifatnya reaktif, dahulu proaktif menghadapi krisis tersebut. Kita buat standar statmen yang diperlukan untuk jaga jaga.</p> <p>Jadi misalkan saya bisa kali ini sudah disebut person, saya sudah menyiapkan statment tapi enggak akan saya sebar tuh informasi itu kecuali ada yang menanyakan. Bukan saja kami mengkonfirmasi apakah benar ada kejadian kejadian ini atau kita keluarkan statemen tersebut, tapi kalau misalkan memang skalanya cukup besar, mungkin kita selain step by step kita akan. Melanjutkan dengan presidium kabinet dulu. Kemudian bagaimana. Manajemen private berkomunikasi dengan. Para pemangku kepentingan pembangunan selama dan setelah permasalahan tersebut terjadi di</p>	
--	---	--

	<p>pengadilan ini bagaimana hubungan mereka dengan. Pemerintah dan badan regulasi.</p> <p>Ya? Jadi kalau terkait krisis, biasanya kita akan tahu apa namanya berkomunikasi dengan tertentu yang tadi sudah kita sampaikan, menyusun kronologi, dan dalam meeting tersebut pasti akan ada dari teman manajemen yang paling kuat untuk mengetahui akar kejadian informasi tersebut. Nah, setelah dari rapat internal itu, hasil dari rapat internal itu akan direkomendasikan oleh para stakeholder. Dalam hal ini misalnya untuk kejadian di Bontang yang pertama sampai kepada di walikota wakil walikota juga tentu terkait kejadian tersebut seperti apa. Nah dari walikota sudah mengetahui nanti akan turun tuh. Memang tadi saya sampaikan juga ke dinas dinas apapun yang seperti itu bisa kita sampaikan juga. Karena misalkan kalau pencemaran lingkungan otomatis kita harus melaporkan itu ke Dinas Lingkungan Hidup.</p> <p>Kita kan ada laporan terkait indikasi pencemaran lingkungan, warga juga harus tahu seperti itu dan nanti kita akan sesuaikan juga refresh itu sekolah sekolah mana nih yang ada kaitannya dengan guru, kita informasikan. Tapi sebelumnya kita harus siapkan materinya terlebih dahulu, diantaranya seperti itu supaya tidak akan membuat tidak liar lagi informasi keluarga. Tapi kalau dari Media misal mereka belum ada pemberitaan, mereka telah konfirmasi dulu kenapa ini mau diikuti. Ini kira kira 7 tahun yang lalu media media sudah cukup dekat sama kita. Mereka bisa konfirmasi terlebih dahulu semua terkait apa draft</p>	
--	---	--

	<p>rilisnya. Mulai dari yang kecil dulu untuk mengetahui. Sejak awal kita selalu seperti itu. Bagaimana cara kita menenangkan masyarakat di sekitar dulu supaya tidak termakan isu isu atau oknum oknum yang memanfaatkan momen momen tersebut untuk merusak citra perusahaan. Setelah itu biasanya kita akan buat tindak lanjut tuh. Biasanya besoknya kita akan mengeluarkan rilis. Kemudian kita akan mengeluarkan rilis terkait kronologi kejadian maupun update dari hasil investigasi kita.</p> <p>Tentunya untuk memberi kepercayaan ke masyarakat kita harus memasukkan statemen-statemen key opinion leader yang bisa mereka pegang, misalkan kayak walikota, Kapolres, semua pihak pihak yang memang berwenang dalam penanganan kasus tersebut. Jadi kalau kita berbicara dari sisi kita saja, masyarakat juga tidak akan percaya 100%. AH paling ada ditutup tutupi Tuh dari Pupuk Kaltim. Tapi kalau kita bisa mengambil statemen dari Kapolres, dari Walikota, dari DLH, itu juga penting karena terkait isu pencemaran lingkungan. Jadi kita minta DLH untuk melakukan uji sampling semacam itu sebagai setelah mereka mengeluarkan statemen kalau apa gas yang kemarin meledak itu tidak beracun. Nah mampu memperkuat ini isu itu yang akhirnya bisa kita redam, bisa kita redam dalam waktu seminggu yang lalu ke seluruh desa kita redam.</p> <p>Nah, tugas selanjutnya di media adalah bagaimana kita akan selalu memonitor pemberitaan yang ada di internet. Karena kalau kita misalkan saat search pupuk</p>	
--	---	--

	<p>Kaltim,kemudian pilih feature news itu waktu awal awal itu pasti yang keluar berita ledakan semua. Nah tugas kita setelah kita bisa meredam itu adalah bagaimana menghilangkannya dari page 1. Bagaimana beritakan itu kita bisa menurunkan secara cepat di internet dengan cara kita melewatkan banyak pemberitaan pemberitaan positif? Jadi kita buat rilis berita positif terkait bantuan bantuan CSR, kegiatan kegiatan penghargaan dan macam macam. Jadi kita lihat dulu tema-tema berita apa yang mungkin sudah pernah diangkat, kita coba tulis ulang kembali. Tujuan kita untuk menurunkan search engine optimitation (SEO), pelan pelan akan turun. Lama lama menghilang karena sudah tertutup oleh pemberitaan pemberitaan positif yang kita keluarkan seperti itu. Sudah rata rata itu terjadi kalau itu yang berpengaruh terhadap citra.</p>	
	<p><b>Apakah ada dampak jangka panjang yang dapat diidentifikasi setelah permasalahan tersebut muncul?</b></p>	
<p><b>Permasalahan dan tantangan PR</b></p>	<p><b>Bagaimana perusahaan berencana mengatasi dampak tersebut?</b></p>	
	<p>Kalau dampak jangka panjang tentu. Belum sampai sana. Yang menunggu aja. Bisa berpengalaman sampai Anda sampai sana. Tapi kalau kami di internal kita itu biasanya melakukan saat ini. Tahun ini kita melakukan uji persepsi dari apa hasil yang sudah kita lakukan. Tapi ini diluar dari prediksi, tambahannya. Jadi selain kita membentuk pemerintahan fasis, tapi kita kan juga punya tugas untuk bagaimana</p>	<p>PR1.i</p>

	<p>meningkatkan citra perusahaan juga melalui media dengan pemberitaan pemberitaan yang positif tentunya. Dan saat ini juga kan apa mungkin dia juga cukup tahu dan kemudian hubungan hukum kita. Dan sekarang lagi ada beberapa projek. Nah tugas kita juga selain itu juga mendukung projek itu supaya berjalan dengan baik melalui media. Misalkan contoh kayak kemarin, kita berencana kalau kita dapat penugasan dari kementerian dengan baik. Untuk itu begini, siapa perlu? Nah tugas kita bagaimana nih, masyarakat. Bener bener semuanya bersih dan keluar dari Kabupaten ini bener bener masuk sampai sampai ke masyarakat.</p> <p>Karena kalau itu orang kan harus tahu dulu urusannya seperti apa sih, supaya dia sampai bener bener mau berinvestasi uangnya untuk membeli saham Pupuk Kaltim, Garam dengan cara kita dalam dua tahun ini kembali kita bagaimana? Kita kejar target itu semua kinerja kinerja perusahaan itu kita selalu beritakan ke temen temen supaya masyarakat tahu ternyata di Lapas di Indonesia itu ada pabrik pupuk terbesar di Papua, Asia Tenggara dan Timur. Itu bagaimana sih kinerjanya? Biar tahu juga. Oh Indonesia ternyata dari tahun ke tahun positif. Otomatis itukan akan mempengaruhi.</p> <p>Istilahnya kuliah keluar masuk dari calon calon investor kita. Silakan target investor kita kan kembali ke Indonesia. Investor ritel itu ditentukan banyak anak anak muda. Nah, bagaimana caranya mereka? Wah ternyata bagus. Pupuk Kaltim prospek apa cukup</p>	
--	---	--



	<p>prospek untuk kita invest tahap I? Terus kita juga banyak programnya. Sebenarnya dalam kita buat strategi komunikasi untuk kita sendiri. Memang dari mulai kita menggunakan silo, bagaimana prospek kita keluar di pemberitaan, bagaimana prospek apa namanya industri petrokimia di Indonesia?</p> <p>Macem macem, mungkin agan bisa membacanya jadi seperti itu. Tapi di luar itu juga, karena target kita juga investor luar negeri, akhirnya kita juga kerja sama itu kita dibantu. Saat ini kita dibantu sama konsultan, karena kita juga punya istilahnya apa yang soft untuk kesana ya. Jadi kita juga mengeluarkan pemberitaan yang sifatnya regional Asia. Dari kemarin kita sudah meluaskan pemberitaan di Asia, Jepang tersebut tersebut ada liputan dari Indonesia, Singapur ke Bontang untuk meliput pabrik pupuk seperti apa, industri petrokimia seperti apa. Kita sudah masuk ke Reuters, terus Australia salah satunya yang sedang dalam penelitian tersebut juga seperti itu sih. Nah kemarin Next itu lokasinya di Asia, terbesar di Asia. Kemarin sempat terhambat karena ada pergantian direksi. Jadi sementara kita harus menjadi orang yang sama, bekerja sama seperti media di luar negeri juga. Ya memang karakternya beda. Kalau media luar negeri dan media di Indonesia itu karakternya beda. Kalau di Indonesia itu kita buat rilis terbaru, mereka masih menerimanya. Tapi kalau di. Luar negeri mereka tidak butuh rilis dari kita.</p> <p>Tapi mereka harus belajar membuat laporan secara langsung. Jadi mereka hanya butuh</p>	
--	---	--

	<p>support data data. Mereka yang harus interview langsung turun ke lapangan langsung. Jadi kita enggak bisa diintervensi dan mereka juga enggak mau di penuhi fasilitas. Ya semua akomodasi dan transportasi yang mereka lakukan di lokasi. Jadi mereka yang berbeda dengan kami itu memang. Bagus ya bagus bagus mana enggak. Tapi kan mereka selalu membicarakan sesuatu yang mereka sampaikan pada saat kami liputan kami mereka rata rata wartawan luar negeri. Itu niat niat mereka itu tetap akan mengambil sisi positifnya ya. Jadi tidak ada mereka terpikir untuk menjelek jelekkan perusahaan tersebut seperti itu. Jadi apa? Seperti itu. Sebenarnya kita enggak bisa pilih sendiri, kita gak bisa intervensi mereka dan lain lain seperti itu.</p>	
<p><b>Permasalahan dan tantangan PR</b></p>	<p><b>Apakah terdapat langkah-langkah preventif atau mitigasi yang diimplementasikan oleh PKT untuk mencegah terulangnya kasus serupa di masa depan?</b></p>	
	<p>Kemudian apakah terdapat langkah langkah preventif atau mitigasi yang memang implementasi diimplementasikan oleh mereka untuk mencegah terulangnya kasus serupa. Di masa depan? Kami bisa jawab. Nah, kalau untuk prinsipnya kembali pada situasi kita sendiri. Kita sudah bergerak membereskan berbagai macam sistem manajemen, sistem manajemen keamanan. Jadi pelaksanaan pelaksanaan kompetisi itu semua sudah terstandarisasi. Sudah dipastikan dari masing masing negara juga sudah dipastikan entropi nyaudah ada</p>	<p>PR1.i</p>

	semua. Itu salah satu langkah preventif perusahaan untuk mencegah terjadinya praktik kembali. Lalu kalau kalau ada empat juri yang bisa. Menjawab media presentasi perusahaan dengan pemerintah setempat, dengan hubungannya. dengan persepsi masyarakat, itu membantu langkah preventif.	
<b>Permasalahan dan tantangan PR</b>	<b>Bagaimana respons pelanggan dan mitra bisnis terhadap kasus tersebut, dan apa langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk memulihkan kepercayaan mereka?</b>	
	Ya bagaimana dengan menjaga hubungan baik dengan seluruh stakeholder dan itu sudah dilakukan. Sejak kita berdiri dari tahun 2007. Sudah tolong 86. Bagaimana kita menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal baik itu masyarakat. Maupun pemerintah dan lembaga lain yang ada, agar ketika terjadi peristiwa seperti mereka tidak Menambahkan membawa kartu kartu, karenamereka. Sudah tahu bahwa ibarat kata kalau kita lakukan sebaik apa perusahaan sudah berkontribusi kepada masyarakat, Sebesar apa perusahaan sudah mendukung program program pemerintah masa depannya dalam bentuk apapun. Dari sisi iming iming korporasi individu nakal, dari. Posisinya tadi kita sudah menerapkan berbagai permainan. Lalu kita ada atau punya. Dalam setiap kelompok juga ada tim tim tertentu. Itu pasti mempunyai prinsip operasional. Jadi walaupun nanti contoh perilaku kita dalam permainan itu. Memang betul betul makan siang dan malamnya kita sudah bersalah dan tetap tenang. Itu untuk	PR1.i

	<p>memastikan seluruh alat pabrik bersalah sudah kita lakukan secara berkala dan kita anggap bahwa ketiga tindakan itu apa apa. Jangan lupa untuk panitia yang namanya tentang K3 itu dari teman teman di sini. Dari sudut pandang. Penjaga keamanan di lokasi ini mereka akan berkumpul memonitor langsung ke lapangan untuk bertanya tentang masalah itu.</p> <p>Lalu kita juga sertifikasi memberikan pangan itu sudah ada dua, baik dari sisi itu langsung kita pakai untuk dibantu. Lalu untuk dari K3 kita juga sudah sertifikasi apa sih, dibakukan berupa apa atau metode yang mana. Ketiga, kan kita nambah pakai yang bermasalah. Jadi ya udah diakui lagi Nasional maupun internasional bahwa memang ditentukan aturannya bagaimana respons pelanggan dan mitra bisnis terhadap kasus tersebut, dan apa langkah langkah yang diambil. Perusahaan untuk memulihkan kepercayaan mereka.</p> <p>Kalau mengambil contoh nyata, maka yang paling tidak berdampak sampai ke mitra dan pelanggannya dapat digunakan dari masyarakat tempatan yang mana langsung terasa efeknya. Karena sebenarnya di masyarakat bekerja untuk memperoleh pelanggan itu tidak berdampak signifikan. Selanjutnya dari masa penjualan tahunan seperti biasa, apalagi penjualan bukan kita membelinya ya. Tapi transaksi jual beli. Semua transaksi jual beli itu tidak ada dampak signifikan dari produk. Dia juga menambahkan juga terkait ini Karena posisinya saat ini kita terbuka kalau kita berbicara hobinya Jokowi-JK untuk</p>	
--	--	--

	<p>Indonesia. Jadi semacam kayak apa ya maunya pelan gitu lah. Belanja Perusahaan Listrik Negara yang menurut kita punya kompetitor digelar beberapa lokasi di holding Pupuk Indonesia. Untuk subsidi itu kan memang diatur oleh hukum Indonesia. Jadi kita tidak lah punya kompetitor, tapi kita berkompetisi dengan apa sesama peritel. Mungkin yang untuk jualan, mensubsidi maupun ekspor. Jadi itu sebenarnya mau. Dampak dampak itu juga tidak terlalu berpengaruh terhadap kami, karena kami juga yang bisa dikatakan ya perusahaan Pupuk Indonesia, Pupuk Indonesia Grup itu.</p> <p>Tapi yang kadang menjadi isu terkait pupuk itu kita tidak bisa baca Dalam isu yang cukup sering juga terkait masalah pupuk adalah terkait mafia pupuk dan harga pupuk. Mahal ya? Itu yang sering muncul di masyarakat. Tapi sebenarnya itu juga terkait kelangkaan pupuk pun juga. Itu kan sebenarnya kami dari sisi produsen itu secara apa yang namanya Permentan yang sudah dikeluarkan oleh Kementan terkait alokasi pupuk subsidi yang ada di daerah daerah itu, kita sudah membagikan semua. Cuma yang saat ini perlu kita edukasi kembali. Ke masyarakat adalah. Penerima pupuk subsidi itu kan ada alurnya. Membahas bagaimana mereka harus membuat kelompok tani terus mengajukan RDKK, Rencana Definitif kebutuhan kelompok kelompok primer, apakah dari dinas pertanian setempat di kabupaten kota, nanti masuk ke provinsi, dari provinsi ke Kementerian Pertanian.</p>	
--	--	--

	<p>Nanti dari Menteri Pertanian yang akan memfinalkan itu. Dari kebutuhan itu disesuaikan sama anggaran mereka. Dari anggaran pemerintah punya berapa mereka akan turun. Nah, yang sekarang jadi permasalahan di masyarakat itu terkait perolehan pupuk adalah orang-orang yang tidak tergabung dalam kelompok tani seperti KK itu yang murah, yang tidak bisa menembus untuk subsidi. Nanti yang biasanya teriak-teriak di dunia pupuk, kelangkaan pupuk lantaran ada pupuk. Padahal sebenarnya kalau secara aturan Permentan kita sudah memenuhi semua alokasi yang diminta oleh kementerian yang ditugaskan oleh Kementerian Pertanian kepada Pupuk Indonesia Group yang bukan karena kita satu-satunya. Jadi itu akan dibagi dari tiap wilayah-wilayah dari pabrik. Pupuk yang dibawakan untuk mencegah seperti pertumbuhannya. Harus sudah tersebar ini tersebar. Sebenarnya permasalahannya bukan di kami produsen, tapi kebanyakan orang-orang menganggap masalah ini di kita sendiri. Permasalahannya ada di Dinas pertanian, harusnya dinas pertanian lain yang harus tahu apa namanya. Aktif memperbarui data-data kelompok tani yang ada di daerahnya masing-masing.</p> <p>Itu maknanya kalau melihat pemberitaan yang dilakukan oleh media dan Menteri Pertanian dipanggil ke rapat ke Istana sebelum ada kasus itu, ya sebelum ada kasus korupsi,</p> <p>Pak Jokowi meminta ke Menteri Pertanian untuk dikasih waktu 3 bulan untuk memperbarui data petani di Indonesia. Nah</p>	
--	--	--

	<p>itu sebenarnya kuncinya di situ. Kalau data itu terbaru, tingkat kebutuhannya bisa terlihat lagi tuh kalau memang ada penambahan, kekurangan, pengurangan. Tapi kalau kami sebagai produsen ya kita ditugaskan memotret semua lokasi di Sulawesi. 100.000 ton beras kita baru sekitar 10 ton sudah selesai. Jadi sulit kelangkaan pupuk itu. Yang teriak adalah orang-orang yang memang tidak mendapatkan jatah pupuk subsidi itu. Pasti ada oknum meminta subsidi sebaiknya ternyata. Dijual lagi.</p> <p>Ada itu. Itu yang disebut bahwa sekarang mafia pupuk jadi. Tapi berhubung subsidi dialihkan, dijual dengan harga apa maunya harga non subsidi, jadi itu oknum-oknum di lapangan. Nah kalau kami di Pupuk Kaltim kemarin untuk apa istilahnya aksinya baru kita lakukan untuk memberantas mafia pupuk yang ada di daerah. Kita melakukan kerja sama dengan Kajati dan Kapolda ini karena perlu apa di wilayah pemasaran kami di Kalimantan Timur, Sulawesi Selatan dan NTB. Akhirnya kita melakukan kerjasama di Kajati dan Kapolda setempat untuk pengawasan pendistribusian pupuk. Jadi kita sudah tanda menuju mereka mau ditugaskan untuk memonitor itu. Distribusi pupuk itu belum benar sampai ke petani atau bank pemerintah. Terjadi tindakan-tindakan nyata yang kita lakukan saat melakukan dan itu kita 13 itu di media secara masif supaya informasi ini juga sampai di istrinya. Semacam biar mafia mafia bisa baca beritanya gitu loh. Oh ternyata ini mereka sudah kerja sama ini itu ya, karena langsung mereka juga kan pasti</p>	
--	---	--

	<p>akan lebih berhati hati dan bahkan berani berani apa istilahnya membelokkan pupuk subsidi, BBM subsidi dan lain lain. Tapi secara produksi sebenarnya pupuk subsidi dan nonsubsidi sudah kita bedakan, tidak berwarna.</p> <p>Tapi orang di mana di lapangan itu lebih di luar lagi bisa dikembalikan. Kutilang ya jadi subsidi, tapi warnanya warna pupuknya produk subsidi putih. Tapi ya namanya istilahnya kalau ada listrik, maling bisa lebih pintar dan mereka bisa berpikir lagi dan lagi. Mereka membeli pupuk. Pilihan ini jelas. Tapi kualitasnya sama, kualitasnya tetap sama. Subsidi dan non subsidi kualitasnya. Salah satu aspek yang membedakan warna hijau merupakan rencana langkah. Berencana, tetapi untuk membangun kembali citra positifnya. Telah mengalami permasalahan tersebut, termasuk. Peningkatan transparansi dan akuntabilitas.</p>	
<b>Permasalahan dan tantangan PR</b>	<b>Bagaimana langkah atau rencana PKT untuk membangun kembali citra positifnya setelah mengalami permasalahan tersebut termasuk peningkatan transparansi dan akuntabilitas ke depannya?</b>	
	<p>Kedepannya. Yaitu yang tadi kami sampaikan pada saat kita setelah mengalami krisis. Yang pertama adalah yang kita lakukan khususnya untuk berbicara di media yang banyak berbicara di media kita akan mengulas pemberitaan yang sifatnya positif. Jadi pemerintah itu bisa memberikan bantuan, entah itu berupa pemberitaan misalkan kinerja perusahaan tahun ini</p>	PR1.i



	<p>meningkat. Pokoknya semua pembinaan positif itu kita jelas tujuannya adalah untuk menghilangkan pemberitaan pemberitaan negatif yang sudah beredar di internet selama ini. Tujuannya, para pemangku pemangku kepentingan itu kadang mencari informasi yang dari internet dan lain lain. Nah, pada saat dia mencari informasi di internet, pada saat dia tertipu, bukan tidak memunculkan beritayang positif. Semua itu yang akan pasti dia tindakanyang akan pertama akan kita lakukan setelah krisis adalah menurunkan pemberitaan negatif yang ada diinternet.</p> <p>Karena kalau berita yang sudah memiliki ketentuan.</p> <p>Bisa dicek dan secara etika jurnalistik bercampur baur. Tapi bisa jadi. Tapi itu pun sebenarnya menyalahi itu juga nanti kalau misalkan kita mengintervensi itu menjadi bisa, tapi itu sebenarnya menyalahi, karena menjadi tugas kita adalah membuat supaya mereka itu tenggelam berita negatifnya. Kalau berita yang seperti itu, media media itu boleh sampai dua domain sama dengan yang pertama. Dan itu adalah dari mereka sendiri yang berinisiatif untuk menawarkan berita berita tentang tragedi itu. Pasti media akan berlomba lomba untuk menguatkan kita. Ya, karena. Itu akan menjadi tantangan yang berat. Bagi medianya. Mereka semua orang pasti akan mencari berita tersebut dan yang Paling tepat klik link mereka. Itu mencerminkan kebenaran yang kita lakukan. Itu adalah faktor kontrol bagi kita.</p> <p>Kita tidak bisa mengendalikan berita besar dari kelompok jaringan yang lainnya. Itu</p>	
--	--	--

	<p>merupakan apa yang bisa kita kendalikan dengan namanya komunikasi. Positif kita melalui sebaran fasilitas yang dapat kita lakukan. Begitu juga pemberitaan negatif itu masih menduduki peringkat tertinggi. Di dan sangat ditakuti. Hari ini tanggal 27 Desember sampai ke 25 tahun yang lalu, untuk setiap media. Regional yang. Menyentuh tubuh kita, kita menekan berita berita tersebut agar pada hari itu. Ada juga tempat strategis di mana satu berita itu tidak turun turun karena dia menggunakan keyword, tetapi pesan dari tindakan yang dibuatnya adalah teknologi. Jadi satu berita itu tetap yang negatif itu tetap ada di atas meskipun kita sudah seberapa banyak. Memang kita juga tumbuh dari suatu konten yang semuanya adalah sesuatu yang kita butuhkan. Dan setelah itu kita ubah semua pesan kita Berikutnya dengan surat peringatan dari berbagai peristiwa. Itu penting juga. Jadi kita bisa melihat bahwa tidak. Jadi kalau kita isi apa namanya di berita itu, kita sudah punya jiwa jiwa yang lebih kuat dan berprestasi.</p> <p>Bukan tim itu yang harus kencang. Kita bebas publish di berita maupun di internet seperti itu. Jadi apapun terkait mereka membuat berita tidak mendukung. Tapi pada saat kita sudah timpa dengan berita berita positifnya secara tidak terduga. Maka terdapat refleksi atau</p>	
<p><b>Permasalahan dan tantangan PR</b></p>	<p><b>Apakah terdapat refleksi atau pembelajaran yang dapat diambil dari permasalahan tersebut?</b></p>	
	<p>Pembelajaran yang dapat diambil dari permasalahan tersebut. Pembelajaran</p>	<p>PR1.i</p>

	<p>Brigadir Jenderal Pembelajaran. Khususnya untuk yang disarankan apabila kita belum pernah menghadapi sebelumnya yaitu tes akhirnya bisa apa tindaklanjutnya?</p> <p>Akhirnya kita bisa bikin semacam karya, prosedur ataupun bukti statistik yang bisa jadi pegangan kita ke depannya pada saat kita menghadapi tes yang sama. Sama halnya misalkan kayak kita saat ini, berkompeten bisa disampaikan kita dapat penugasan dari kementrian. Apa namanya bahwa yang perlu untuk melakukan ini siapa? Tetapi itu hal baru buat kita, namun kita belum tahu sebelumnya. Kalau mau dimunculkan opini kita didunia siapa ini? Dengan kita kembali kerja sama dengan para pendahulunya, dengan kerja sama dengan beberapa konsultan akhirnya menjadi gambaran. Walaupun sekarang akhirnya Initial Public offering di hold oleh Kementrian BUMN, tapi masih kedepannya pada saat ini dijalankan. Mereka sudah tahu di luar sana apa yang perlu kita lakukan.</p> <p>Lagi untuk persiapan menuju ke sana. Hal ini bisa dilakukan sendiri atau. Bisa juga menjadi pembelajaran buat kita semua. Dan dari beberapa permasalahan kemarin, akhirnya kita merencanakan. Buat membuat website blog ini. Entah kenapa kita melihat. Pada saat ini mall ini sudah ada tapi secara. Aktif dalam beberapa bulan. Dan dalam pelaksanaannya di lapangan yang masih belum terstruktur dengan baik, baru timnya sudah ada. Nah dengan model begini ini nanti kita akan langsung mendapatkan. Solusi kira siapa yang bertanggung jawab</p>	
--	--	--

	dalam setiap proses yang terjadi di dalam kita penyusunan buku ini.	
<b>Four Step Public Relation</b>		
<b>Menemukan Permasalahan</b>	<b>Bagaimana menentukan masalah atau tantangan citra PKT yang perlu diatasi melalui strategi Public Relations?</b>	
	Cara menentukan masalahnya adalah dari isu-isu pengembangan perusahaan dalam waktu dekat ini fokusnya di Papua Kita akan melakukan pembangunan ke sana, akan melakukan pembangunan pabrik baru di sana. Strategi PRnya itu masalah-masalahnya adalah berkaitan dengan hubungan dengan lembaga adat di Papua, proses akusisi tanah di Papua, lalu hubungann dengan kementerian investasi dan kementerian lainnya yang terkait dengan pengelolaan pabrik di Papua. Jadi menentukan masalah untuk diatasi dalam strategi public relation itu lebih kepada isu apa yang sedang hangat di perusahaan pada periode itu. Raker kitakan tahunan ya. Jadi berlaku sepanjang tahun dan fokusnya di pembangunan pada tahun itu	PR1.i
<b>Menemukan Permasalahan</b>	<b>Apakah PKT memiliki pendekatan khusus atau kerangka kerja untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah citra sebelum merancang strategi Public Relations?</b>	
	seperti kita ke how to operate the company in on-pro itu kita ada kayak gimana pilar proses bisnis kayak structure house aku di fasih apasih istilahnya itu, aku nanti bisnis itu di back door menjadi empat kegiatan utama kita yang mau kita achieve berawal dari situ baru kita bisa kurunkan ke strategi	PR1.i

	<p>bisnis yang lebih berbeda kurang habis, kira-kira 4 penentuan pilar itu bisnis house modelnya itu dari 4 element, maksudnya main idea nya mau diberi apa jadi menjadi empat pilar, apa sih namanya bisnis house yang sebutkan itu lah yang pilarnya jadi menentukan strategi bisnis dan strategi PR itu, saya lupa itu itu bukan keragakan kerja ya, maksudnya bukan keragakan kerja spesifik untuk PR tapi lebih target besar perhubungan di tempat berjalan itu bisnis house modelnya itu jadi kayak satu main idea besar dibagi ke 4 pilar dari situ lah kita kurunkan, jadi strategi- strategi apa yang bisa kurunkum jadi message house itu yang biasa kita bikin itu kan</p>	
<b>Menemukan Permasalahan</b>	<b>Bagaimana cara menilai dampak potensial dari masalah citra terhadap stakeholders perusahaan dan bagaimana hal itu memandu langkah-langkah selanjutnya dalam perencanaan Public Relations?</b>	
	<p>jadi kita sebenarnya di akhir tahun biasanya kita melakukan audit biasanya nanti audit persepsi, jadi audit persepsi itu hasilnya nanti akan menilai sejauh apa kan tugas kita adalah bagaimana menikahkan brand awareness yang pokoknya di masyarakat saat ini kita sudah kerja sama juga sama tim audit piat ketiga untuk melakukan namanya audit persepsi audit persepsi itu nanti hasilnya melihat dari sejauh apa di kinerja kita selama 2 tahun ini untuk meningkatkan brand awareness yang pokoknya, tapi hasilnya ini belum ada nanti kita lihat tapi sebelum kita melakukan audit juga dalam melakukan langkah- langkah yang akan kita</p>	PR1.i

	<p>lakukan khususnya di komunikasi perusahaan itu kita buat yang namanya blueprint komunikasi jadi blueprint komunikasi yang kita buat ini adalah berdasarkan hasil dari interview beberapa stakeholders jadi kita juga dibantu, interviewnya dibantu oleh pihak ketiga melakukan interview baik di internal stakeholder melakukan internal stakeholder, jadi hasil itu kan kita buat kesimpulannya nanti kita lihat apakah istilahnya semacam peluang-peluang apa yang bisa kita improve di bagian komunikasi perusahaan dari situ akhirnya kita buat blueprint komunikasi dan blueprint komunikasi itu yang akhirnya jadi segelahan kita selama 2 tahun ini kita berjalan, blueprint itu sifatnya sesuai kebutuhan sementara.</p> <p>Blueprint ini memang kita set dilakukan dalam 3 tahun ke depan nanti setelah 3 tahun ke depan ini, kalau kita rasa semua target sudah terpenuhi kita akan masuk ke tahap selanjutnya kita akan buat blueprint baru lagi ini, apalagi yang mau kita fokuskan ke depannya cuma 2 tahun belakangan ini, narasi yang selalu kita bawa ke external, mau ke media itu adalah kita memposisikan untuk top leader untuk industri hijau di petrokinnya itu salah satu pesan utama yang selalu kita bawa dalam setiap narasi yang ada, yang kita keluarkan ke media bawa itu karena sifatnya strategi komunikasi kita tahunan yang itu apa yang termasuk pengembangan kita itu merupakan etika dalam komputer penyedia terbesar Rudi jadi catatan karena kita statusnya adalah a Indonesia sebagai Bapak Katanya kemarin</p>	
--	---	--

	<p>saya sama Anggi Kita bedakan di segmennya kalau emang tepuk Indonesia akan lebih banyak fokus ke pertanian pertanian Indonesia</p> <p>Kalau kami tidak hanya kami fokus pengembangan perusahaan jadi berbeda jadi kita tidak akan istilahnya apa yang namanya mendahului mendahului induksi adalah tetapi berita-berita rutin itu tetap kita keluarkan misalkan kalau di Indonesia dijadwalkan Jadi kalau masuk jadwal tanggal 18 Oktober sampai Maret pada saat memasuki jadwal musim panas kita keluarkan pemberitaan terkait seperti puisi daerah untuk istilahnya memberikan rasa aman juga ke petani petani di daerah ini biasanya Oktober Maret September sudah kita keluarin ya September kita keluarin stok pupuk di wilayah Jawa Pupuk Kaltim aman itu apa namanya melahirkan pemasaran.</p>	
<b>Perencanaan dan Penyusunan</b>	<b>Mohon jelaskan langkah konkret yang dapat diambil dalam perencanaan PR mengatasi masalah citra tertentu?</b>	
	<p>dari perencanaan PR mengatasi masalah Citra tertentu. Maksudnya kalau kita tertentu itu kalau Kami berbicara secara langsung disampaikan ya Mbak langkah-langkah apa yang kita sudah lakukan di media seperti apa Ya kurang lebih seperti itusemua tidak ada tidak ada tidak ada yang berubah yakarena aku cepat jadi kaya di statusnya seperti itu yang kita lakukan.</p>	PR1.iii
<b>Perencanaan dan Penyusunan</b>	<b>Bagaimana cara memilih dan menyusun pesan kunci yang akan digunakan dalam program Public Relations, dan</b>	

	<b>bagaimana pesan-pesan ini diadaptasi untuk berbagai jenis media dan audiens?</b>	
	<p>kalau pesan kunci itu yang tadi apa bisa Kita sesuaikan tapi sebenarnya dalam blueprint blueprint saya sampaikan blueprint adalah semacam strategi komunikasi kita dalam jangka panjangnya juga pesan utama pendukung nanti Kita sesuaikan dari tiap-tiap narasi-narasi mau diangkat misalkan apa kita membahas masalah hilirisasi ilustrasi-ilustrasi kita lihat dalam blueprint masuknya pengembangan perusahaan perusahaan itu ada di pesan Villa pendukung mana dalam kematian mereka yang akan dipesan tambah tapi nanti kita buat pesan pendukungnya untuk mendukung selama itu sudah masuk dalam MS Excel yang ada di awalnya kita dari Blueprint adalah kitab pegangan kita ya kita pegangan kita dalam semua narasi yang akan kita bagikan ke kandangnya ke media seperti itu. Apakah anda melihat</p>	PR1.iii
<b>Perencanaan dan Penyusunan</b>	<b>Apakah Anda melibatkan klien atau pemangku kepentingan lain dalam penyusunan program Public Relations, dan bagaimana kolaborasi tersebut mempengaruhi efektifitasnya?</b>	
	<p>yang pertama adalah 1 itu ada batasan SPM keterbatasan SDM Terus yang kedua adalah Keterbatasan dari segi pengalaman dan pemahaman karena kami posisinya adalah Kami baru dibentuk 2 tanggal ini sebenarnya strukturnya Tapi kemarin dalam 2 tahun lalu dirombak habis-habis kami akhirnya karena sebelumnya memang direksinya konsen dengan akhirnya mereka kumpulkan semua</p>	PR1.iii



	<p>bikin lagi itu adalah orang-orang Yang lulusan dari komunikasi saya dan beberapa teman lainnya yang terlibat itu adalah orang-orang komunikasi. Jadi kami tiba-tiba baru dari beberapa unit kerja yang terpencar awalnya 31 kita langsung dikasih Project Ini.</p> <p>Project yang tadi sudah saya sampaikan beberapa Project yang sekarang itu jadi emang awalnya kita buka adaptasi itu dengan bantuan dari pihak ketiga untuk memberikan gambaran gambaran secara utuh dulu di dunia Dia itu seperti apa berjalan 2 tahun ini kita sudah mulai sebenarnya sudah mulai apa namanya udah mulai Senin lah ya sudah dengan kegiatan-kegiatan mulai paham lah alur-alur Iya emang pesan awal kita itu adalah kita belajar dulu nih konsultan kita dikasih target 2 tahun belajar ke consultant. Cikarang jalan sendiri baru jalan 2 tahun ini sudah cukup lama nasi dokumentasi, tapi karena ada di dalamnya ada perubahan proses bisnis dalam artinya nama juga diganti jadi jadi cukup cukup. Apa pekerjaannya lebih luas lebih luas dan orang-orangnya juga orang jadi kita baru bergabung di baru 2 tahun dibentuk kemarin dengan nama media relation yang sedunia itu kita masih kemarin Setelah 1 tahun pertama kita pun belajar dengan masukan untuk bagaimana dunia media ini bekerja tahun kedua kita sudah mulai apa berjalan ya berjalan sudah kadang kita masih dibantu paragraf</p>	
<p><b>Tindakan dan Berkomunikasi</b></p>	<p><b>Bagaimana cara menentukan taktik dan langkah- langkah tindakan yang akan diambil untuk mengimplementasikan program Public Relations?</b></p>	

	<p>cara menentukan taktik ini langkah-langkah tindakan yang akan diambil untuk mengimplementasikan program public relation sama menentukan topik yang akan dibahas kan kita juga sudah masuk ke tahapan ekspresinya misalnya kita mengeluarkan dalam bentuk cerita pendek dalam Apa itu termasuk pendukung pendukung lainnya tetap mengacu kepada itu apa yang atau topik perusahaan di tahun berjalan secara apa itu sudah sampai ke audien</p>	PR1.iv
<b>Tindakan dan Berkomunikasi</b>	<b>Bagaimana cara memastikan konsistensi pesan dan komunikasi di seluruh platform media dan saluran komunikasi?</b>	
	<p>nanti kita di tempat aku mengeluarkan sebuah pemberitaan PT minta tentang untuk Instagram Story Instagram dan itu selalu seperti itu Jadi tidak akan ada misteri. Perbedaan itu adalah sama yang juga sudah baik. Jadi kalau kita mau tarik ke atas lagi dengan perempuan Mesir Jajan apa yang akan kita akan kita akan itu salah satu upaya agar tidak tanya beritanya yang keluar apa tapi di sosmed makannya apa itu</p>	PR1.iv
<b>Tindakan dan Berkomunikasi</b>	<b>Bagaimana cara mengukur respons dan interaksi dari pemangku kepentingan selama pelaksanaan program, dan apakah ada penyesuaian yang dilakukan berdasarkan umpan balik (feedback) tersebut?</b>	
	<p>kalau untuk a response to folder secara langsung gitu Ya kita selamanya Mungkin kalau dari kita pemberitaan itu kita dari kita lihat dari sinyal listrik yang bisa kita ukur itu itu ya kalau sendiri kan kita juga ada</p>	PR1.iv

	<p>namanya survei kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh teman-teman dari departemen tjsl dan itu juga repot itu Baguskah temen-temen eksternal pun juga punya apa-apa namanya kepuasan untuk TNI Polri dan survei kepuasan pemerintah terhadap produk asing dan mereka juga sudah bikin dan Kemarin hasilnya nilainya bagus yang dari luar media Ya tapi kalau kami di media berbicaranya dari pemberitaan dan pemberitaan impression itu yang di ini kalau misalkan UI konten yang mungkin inflation atau kecil coba evaluasi lagi di apa besoknya kita harus mengangkat apa emang apa apa namanya punya invitation dari Inggris yang bagus kan kalau itu sudah berjalan cukup lama Mbak itu kelihatan tuh palanya kalau bisa kan kita lihat dari kalau tadi kan bisa melihatnya dari Google analytics tuh jadi kita kelihatan di Kisaran contoh pemberitaan- pemberitaan Apa sih yang ternyata cukup banyak</p> <p>Ternyata kita lihat tuh kan kita siap berita kita buat risis nya ternyata berita yang tercantum banyak adalah berita-berita yang terkait dengan pelestarian lingkungan kedepannya kita buat banyak artikel- artikel program-program Pupuk Kaltim yang sifatnya kelestarian lingkungan jadikan kita banyak program- program yang kita keluarin sama juga dengan konten- konten itu apa tuh pacarnya tinggi kita bikin kue biasanya Sebulan sekali atau 2 bulan sekali</p>	
<b>Evaluasi Program</b>		
	Apakah semua program kita sudah berjalan dengan baik atau tidak dan tidak di sekitar kita ternyata besarkan program ini tidak	PR1.v

	berjalan baik berarti untuk perbaikan kedepannya akan diperlihatkan program yang masih kurang yang jadi parameter penilaian keberhasilan dari program kita	
<b>Evaluasi Program</b>	<b>Bagaimana cara menyesuaikan strategi Public Relations berdasarkan hasil evaluasi dan perubahan dalam situasi atau persepsi publik?</b>	
	Iya berdasarkan hasil evaluasi dan perubahan dalam situasi apapun seperti pabrik hasilnya muncul beberapa penyakit apakah kita harus mengubah atau memisahkan saja dari peralatan belajar itu bisa dikatakan baik apabila tidak ada sampai harus mengubah dan strategis yaitu	PR1.v
<b>Evaluasi Program</b>	<b>Apakah ada contoh/referensi konkret dimana evaluasi program Public Relations dapat membantu mengidentifikasi keberhasilan atau kegagalan strategi tertentu, dan tindakan apa yang diambil sebagai hasilnya?</b>	
	Waktu itu pernah dikumpulkan rambut Bapak diucapkan bagian ini terkait Apa yang harus kita dulu ini di luar dari implementasi dan internal dan eksternal? Dalam pelaksanaannya hal itu mencet ini tenang aja dipandang tidak tidak berjalan baik. Oleh karena itu tidak mengubah teleponnya kita ya dan memastikan bahwa di dalam dengan baik. keluar	PR1.v
<b>Strategi Public Relations dalam Mempertahan Citra</b>		
<b>Menemukan Permasalahan</b>	<b>Bagaimana menentukan masalah atau tantangan citra PKT yang perlu diatasi melalui strategi Public Relations?</b>	

	<p>Cara menentukan masalahnya adalah dari isu-isu pengembangan perusahaan dalam waktu dekat ini fokusnya di Papua Kita akan melakukan pembangunan ke sana, akan melakukan pembangunan pabrik baru di sana. Strategi PRnya itu masalah-masalahnya adalah berkaitan dengan hubungan dengan lembaga adat di Papua, proses akusisi tanah di Papua, lalu hubungann dengan kementerian investasi dan kementerian lainnya yang terkait dengan pengelolaan pabrik di Papua. Jadi menentukan masalah untuk diatasi dalam strategi public relation itu lebih kepada isu apa yang sedang hangat di perusahaan pada periode itu. Raker kitakan tahunan ya. Jadi berlaku sepanjang tahun dan fokusnya di pembangunan pada tahun itu</p>	PR1.i
<b>Menemukan Permasalahan</b>	<b>Apakah PKT memiliki pendekatan khusus atau kerangka kerja untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah citra sebelum merancang strategi Public Relations?</b>	
	<p>seperti kita ke how to operate the company in on-pro itu kita ada kayak gimana pilar proses bisnis kayak structure house aku di fasih apasih istilahnya itu, aku nanti bisnis itu di back door menjadi empat kegiatan utama kita yang mau kita achieve berawal dari situ baru kita bisa kurunkan ke strategi bisnis yang lebih berbeda kurang habis, kira-kira 4 penentuan pilar itu bisnis house modelnya itu dari 4 element, maksudnya main idea nya mau diberi apa jadi menjadi empat pilar, apa sih namanya bisnis house yang sebutkan itu lah yang pilarnya jadi menentukan strategi bisnis dan strategi PR</p>	PR1.i

	itu, saya lupa itu itu bukan keragakan kerja ya, maksudnya bukan keragakan kerja spesifik untuk PR tapi lebih target besar perhubungan di tempat berjalan itu bisnis house modelnya itu jadi kayak satu main idea besar dibagi ke 4 pilar dari situ lah kita kurunkan, jadi strategi- strategi apa yang bisa kurunkum jadi message house itu yang biasa kita bikin itu kan	
<b>Menemukan Permasalahan</b>	<b>Bagaimana cara menilai dampak potensial dari masalah citra terhadap stakeholders perusahaan dan bagaimana hal itu memandu langkah-langkah selanjutnya dalam perencanaan Public Relations?</b>	
	jadi kita sebenarnya di akhir tahun biasanya kita melakukan audit biasanya nanti audit persepsi, jadi audit persepsi itu hasilnya nanti akan menilai sejauh apa kan tugas kita adalah bagaimana menikahkan brand awareness yang pokoknya di masyarakat saat ini kita sudah kerja sama juga sama tim audit piat ketiga untuk melakukan namanya audit persepsi audit persepsi itu nanti hasilnya melihat dari sejauh apa di kinerja kita selama 2 tahun ini untuk meningkatkan brand awareness yang pokoknya, tapi hasilnya ini belum ada nanti kita lihat tapi sebelum kita melakukan audit juga dalam melakukan langkah- langkah yang akan kita lakukan khususnya di komunikasi perusahaan itu kita buat yang namanya blueprint komunikasi jadi blueprint komunikasi yang kita buat ini adalah berdasarkan hasil dari interview beberapa stakeholders jadi kita juga dibantu, interviewnya dibantu oleh piat ketiga	PR1.i

	<p>melakukan interview baik di internal stakeholder melakukan internal stakeholder, jadi hasil itu kan kita buat kesimpulannya nanti kita lihat apakah istilahnya semacam peluang-peluang apa yang bisa kita improve di bagian komunikasi perusahaan dari situ akhirnya kita buat blueprint komunikasi dan blueprint komunikasi itu yang akhirnya jadi segelahan kita selama 2 tahun ini kita berjalan, blueprint itu sifatnya sesuai kebutuhan sementara.</p> <p>Blueprint ini memang kita set dilakukan dalam 3 tahun ke depan nanti setelah 3 tahun ke depan ini, kalau kita rasa semua target sudah terpenuhi kita akan masuk ke tahap selanjutnya kita akan buat blueprint baru lagi ini, apalagi yang mau kita fokuskan ke depannya cuma 2 tahun belakangan ini, narasi yang selalu kita bawa ke external, mau ke media itu adalah kita memposisikan untuk top leader untuk industri hijau di petrokannya itu salah satu pesan utama yang selalu kita bawa dalam setiap narasi yang ada, yang kita keluarkan ke media bawa itu karena sifatnya strategi komunikasi kita tahunan yang itu apa yang termasuk pengembangan kita itu merupakan etika dalam komputer penyedia terbesar Rudi jadi catatan karena kita statusnya adalah a Indonesia sebagai Bapak Katanya kemarin saya sama Anggi Kita bedakan di segmennya kalau emang tepuk Indonesia akan lebih banyak fokus ke pertanian pertanian Indonesia</p> <p>Kalau kami tidak hanya kami fokus pengembangan perusahaan jadi berbeda jadi kita tidak akan istilahnya apa yang namanya</p>	
--	--	--

	<p>mendahului mendahului induksi adalah tetapi berita-berita rutin itu tetap kita keluarkan misalkan kalau di Indonesia dijadwalkan Jadi kalau masuk jadwal tanggal 18 Oktober sampai Maret pada saat memasuki jadwal musim panas kita keluarkan pemberitaan terkait seperti puisi daerah untuk istilahnya memberikan rasa aman juga ke petani petani di daerah ini biasanya Oktober Maret September sudah kita keluarkan ya September kita keluarkan stok pupuk di wilayah Jawa Pupuk Kaltim aman itu apa namanya melahirkan pemasaran.</p>	
<b>Perencanaan dan Penyusunan</b>	<b>Mohon jelaskan langkah konkret yang dapat diambil dalam perencanaan PR mengatasi masalah citra tertentu?</b>	
	<p>dari perencanaan PR mengatasi masalah Citra tertentu. Maksudnya kalau kita tertentu itu kalau Kami berbicara secara langsung disampaikan ya Mbak langkah-langkah apa yang kita sudah lakukan di media seperti apa Ya kurang lebih seperti itu semua tidak ada tidak ada tidak ada yang berubah yakarena aku cepat jadi kaya di statusnya seperti itu yang kita lakukan.</p>	PR1.iii
<b>Perencanaan dan Penyusunan</b>	<b>Bagaimana cara memilih dan menyusun pesan kunci yang akan digunakan dalam program Public Relations, dan bagaimana pesan-pesan ini diadaptasi untuk berbagai jenis media dan audiens?</b>	
	<p>kalau pesan kunci itu yang tadi apa bisa Kita sesuaikan tapi sebenarnya dalam blueprint blueprint saya sampaikan blueprint adalah semacam strategi komunikasi kita dalam jangka panjangnya juga pesan utama pendukung nanti Kita sesuaikan dari tiap-</p>	PR1.iii



	<p>tiap narasi-narasi mau diangkat misalkan apa kita membahas masalah hilirisasi ilustrasi-ilustrasi kita lihat dalam blueprint masuknya pengembangan perusahaan perusahaan itu ada di pesan Villa pendukung mana dalam kematian mereka yang akan dipesan tambah tapi nanti kita buat pesan pendukungnya untuk mendukung selama itu sudah masuk dalam MS Excel yang ada di awalnya kita dari Blueprint adalah kitab pegangan kita ya kita pegangan kita dalam semua narasi yang akan kita bagikan ke kandangnya ke media seperti itu. Apakah anda melihat</p>	
<p><b>Perencanaan dan Penyusunan</b></p>	<p><b>Apakah Anda melibatkan klien atau pemangku kepentingan lain dalam penyusunan program Public Relations, dan bagaimana kolaborasi tersebut mempengaruhi efektifitasnya?</b></p>	
	<p>yang pertama adalah 1 itu ada batasan SPM keterbatasan SDM Terus yang kedua adalah Keterbatasan dari segi pengalaman dan pemahaman karena kami posisinya adalah Kami baru dibentuk 2 tanggal ini sebenarnya strukturnya Tapi kemarin dalam 2 tahun lalu dirombak habis-habis kami akhirnya karena sebelumnya memang direksinya konsen dengan akhirnya mereka kumpulkan semua bikin lagi itu adalah orang-orang Yang lulusan dari komunikasi saya dan beberapa teman lainnya yang terlibat itu adalah orang-orang komunikasi. Jadi kami tiba-tiba baru dari beberapa unit kerja yang terpencar awalnya 31 kita langsung dikasih Project Ini. Project yang tadi sudah saya sampaikan beberapa Project yang sekarang itu jadi emang awalnya kita buka adaptasi itu</p>	<p>PR1.iii</p>

	<p>dengan bantuan dari pihak ketiga untuk memberikan gambaran gambaran secara utuh dulu di dunia Dia itu seperti apa berjalan 2 tahun ini kita sudah mulai sebenarnya sudah mulai apa namanya udah mulai Senin lah ya sudah dengan kegiatan-kegiatan mulai paham lah alur-alur Iya emang pesan awal kita itu adalah kita belajar dulu nih konsultan kita dikasih target 2 tahun belajar ke consultant. Cikarang jalan sendiri baru jalan 2 tahun ini sudah cukup lama nasi dokumentasi, tapi karena ada di dalamnya ada perubahan proses bisnis dalam artinya nama juga diganti jadi jadi cukup cukup. Apa pekerjaannya lebih luas lebih luas dan orang-orangnya juga orang jadi kita baru bergabung di baru 2 tahun dibentuk kemarin dengan nama media relation yang sedunia itu kita masih kemarin Setelah 1 tahun pertama kita pun belajar dengan masukan untuk bagaimana dunia media ini bekerja tahun kedua kita sudah mulai apa berjalan ya berjalan sudah kadang kita masih dibantu paragraf</p>	
<b>Tindakan dan Berkomunikasi</b>	<b>Bagaimana cara menentukan taktik dan langkah- langkah tindakan yang akan diambil untuk mengimplementasikan program Public Relations?</b>	
	<p>cara menentukan taktik ini langkah-langkah tindakan yang akan diambil untuk mengimplementasikan program public relation sama menentukan topik yang akan dibahas kan kita juga sudah masuk ke tahapan ekspresinya misalnya kita mengeluarkan dalam bentuk cerita pendek dalam Apa itu termasuk pendukung pendukung lainnya tetap mengacu kepada</p>	PR1.iv

	itu apa yang atau topik perusahaan di tahun berjalan secara apa itu sudah sampai ke audien	
<b>Tindakan dan Berkomunikasi</b>	<b>Bagaimana cara memastikan konsistensi pesan dan komunikasi di seluruh platform media dan saluran komunikasi?</b>	
	nanti kita di tempat aku mengeluarkan sebuah pemberitaan PT minta tentang untuk Instagram Story Instagram dan itu selalu seperti itu Jadi tidak akan ada misteri. Perbedaan itu adalah sama yang juga sudah baik. Jadi kalau kita mau tarik ke atas lagi dengan perempuan Mesir Jajan apa yang akan kita akan kita akan itu salah satu upaya agar tidak tanya beritanya yang keluar apa tapi di sosmed makannya apa itu	PR1.iv
<b>Tindakan dan Berkomunikasi</b>	<b>Bagaimana cara mengukur respons dan interaksi dari pemangku kepentingan selama pelaksanaan program, dan apakah ada penyesuaian yang dilakukan berdasarkan umpan balik (feedback) tersebut?</b>	
	Ternyata kita lihat tuh kan kita siap berita kita buat risis nya ternyata berita yang tercantum banyak adalah berita-berita yang terkait dengan pelestarian lingkungan kedepannya kita buat banyak artikel- artikel program-program Pupuk Kaltim yang sifatnya kelestarian lingkungan jadikan kita banyak program- program yang kita keluarin sama juga dengan konten- konten itu apa tuh pacarnya tinggi kita bikin kue biasanya Sebulan sekali atau 2 bulan sekali	PR1.iv
<b>Evaluasi Program</b>	<b>Apa metrik atau parameter evaluasi yang digunakan untuk menilai keberhasilan</b>	

	<b>program Public Relations dalam mempertahankan citra perusahaan?</b>	
	Apakah semua program kita sudah berjalan dengan baik atau tidak dan tidak di sekitar kita ternyata besarkan program ini tidak berjalan baik berarti untuk perbaikan kedepannya akan diperlihatkan program yang masih kurang yang jadi parameter penilaian keberhasilan dari program kita	PR1.v
<b>Evaluasi Program</b>	<b>Bagaimana cara menyesuaikan strategi Public Relations berdasarkan hasil evaluasi dan perubahan dalam situasi atau persepsi publik?</b>	
	Iya berdasarkan hasil evaluasi dan perubahan dalam situasi apapun seperti pabrik hasilnya muncul beberapa penyakit apakah kita harus mengubah atau memisahkan saja dari peralatan belajar itu bisa dikatakan baik apabila tidak ada sampai harus mengubah dan strategis yaitu	PR1.v
<b>Evaluasi Program</b>	<b>Apakah ada contoh/referensi konkret dimana evaluasi program Public Relations dapat membantu mengidentifikasi keberhasilan atau kegagalan strategi tertentu, dan tindakan apa yang diambil sebagai hasilnya?</b>	
	Waktu itu pernah dikumpulkan rambut Bapak diucapkan bagian ini terkait Apa yang harus kita dulu ini di luar dari implementasi dan internal dan eksternal? Dalam pelaksanaannya hal itu mencet ini tenang aja dipandang tidak tidak berjalan baik. Oleh karena itu tidak mengubah teleponnya kita ya dan memastikan bahwa di dalam dengan baik. keluar	PR1.v

<b>Strategi Public Relations dalam Mempertahan Citra</b>		
<b>Strategi PR</b>	<b>Bagaimana pendapat Anda terkait pentingnya peran public relations dalam mempertahankan citra perusahaan?</b>	
	<p>Kalau kami, tentu kami. Sebagai orang yang punya. Kepentingan pentingnya bagaimana? Apa persepsi maupun citra itu turun ke masyarakat? Itulah hasil dari apa namanya pemikiran dan kerja dari teman teman PH. Karena terkait bagaimana kita mengeluarkan narasi yang baik. Bagaimana kita harus tahu kalau dia sensitif terhadap isu isu yang ada. Sehingga tinggal bagaimana kita memilah milah mulai dari kata yang harus dikeluarkan dan lain lain. Itu ya hasil pemikiran. Media ini. Lalu apa namanya buat perusahaan itu? Menurut kami biasa adalah sebagai istilahnya adalah sebagai jendela informasi perusahaan perusahaan. Pasti masyarakat mau tahu tentang perusahaan kalau dia bisa melihat melalui jendela yang benar benar sulit dan mendapat informasi yang paling tidak dari tugas kita bagaimana. Bertuliskan jendela perusahaan itu. Jangan sampai jendelanya buram. Masyarakat mencari informasi. Dan bisa mendapatkan informasi yang tidak penting. Karena kalau kita berbicara citra maupun reputasi perusahaan itu kan kalau di manajemen resiko itu kan tidak ternilai harganya ya. Jadi itu kan sudah cukup membuktikan kalau reputasi ternyata cukup penting buat perusahaan. Begitu juga dengan biaya, karena secara minimal resiko reputasi tidak ternilai Harganya dan dari investor juga yang mempunyai pengaruh.</p>	PR2.vi

<b>Strategi PR</b>	<b>Apa langkah konkret yang biasa diambil dalam mengatasi tantangan yang mempengaruhi citra perusahaan?</b>	
	<p>Ini sebenarnya sama dengan. Tapi tidak menutup kemungkinan bahwa. Setelah itu kita akan. Semakin menguntungkan Anda, semakin mendorong. Hingga akhirnya mereka pun berada. Di tempat yang sama denganku. Walaupun tidak pernah kita duga Merupakan dampak dari lamanya kita menjalin hubungan baik baru sebagai perjanjian baru. Setelah kejadian itu, kita mengakui kalau. Sebelumnya terdapat terlebih dahulu digunakan untuk memilih siapa seseorang dalam proses. Terbentuknya citra positif. Perusahaan kita, bisa kita lakukan dengan budaya dan dukungan terhadap lembaga agama dan aparat penegak hukum itu. Kita tentunya bisa menambah wawasan dengan mudah sehingga bisa memberikan penghargaan kepada seluruh stakeholder secara internal maupun eksternal dalam.</p>	PR2.vi
<b>Strategi PR</b>	<p>Siapa sasaran dalam proses terbentuknya citra positif Perusahaan?</p> <p>Dalam menangani konflik di lingkungan internal dan eksternal:</p> <p>Bagaimana langkah pencegahan yang dilakukan?</p> <p>Apabila konflik terjadi, bagaimana strategi negosiasi yang dilakukan?</p> <p>Bagaimana cara memisahkan atau langkah dalam menentukan publik yang tidak terlibat dalam konflik yang terjadi?</p>	

	<p>Bisa teman teman semuanya jadi seperti ini kalau kita berbicara yang baik bisa sampaikan berbicara masalah apa saja disebutkan cukup banyak ya, mulai dari teman teman media, media komunikasi di masyarakat sendiri. Sebenarnya semua yang dilaporkan oleh teman teman harus bersinergi dan saling mendukung.</p> <p>Mungkin istilahnya. Humas atau pialanya singkatannya seperti. Itu. Nah, untuk contoh sendiri ya, teman teman yang pernah bertemu. Sudah sangat rutin melakukan. Apa namanya semacam apa ya kalau. Kalau di kami itu. Di media itu biasanya saya rutin tiap minggu duduk semeja wartawan. Perempuan perempuan itu dengan jurnalis. Jadi kita ketemu lagi, makan siang, ngobrol bareng, membangun. Istilahnya, endorsement lah dengan mereka. Itu juga yang dilakukan oleh teman teman di internal dan eksternal. Itu juga sudah cukup rutin melakukan. Pertemuan dengan tokoh masyarakat dan tokoh agama atau pun dengan. Pihak yang pemerintah itu rutin mereka lakukan, entah itu di jam kerja maupun di jam kerja. Di luar dari jam kerja itu, banyak materi untuk membangun dan mendukung seluruh stakeholder yang ada. Jadi pada saat ada konflik atau. Pun apa yang namanya permasalahan yang terjadi itu.</p> <p>Mereka bisa menyampaikan. Terlebih dahulu regrouping dari komunikasi permasalahan itu. Jadi istilahnya. Di awal itu mungkin kita sudah dapat info, jadi dari apa isu atau konflik yang dipercayakan. Pemerintah sudah bisa kita redam sebelum terjadi seperti itu. Karena dengan</p>	PR2.vi
--	--	--------

	<p>membangun komunikasi yang baik, kuncinya itu kuncinya membangun komunikasi yang baik dengan seluruh stakeholder. Sehingga itu yang akan meminimalisir terjadinya konflik yang ada baik itu di masyarakat maupun apa di media dan lainnya. Seperti ketika. Terjadi konflik terjadi.</p> <p>Kalau negosiasi berdasar pengalaman yang sebenarnya, biasanya kita yang pertama kali kita lakukan adalah kita akan bertemu dengan istilahnya. Tokoh kunci dari satu partai tersebut. Kita lihat dulu motifnya seperti. Apa dan kepentingannya apa biasanya. Dan dari situ setelah kita melakukan mediasi baru ketahuan ternyata misalkan dia hanya mencari perhatian atau hanya mencari pekerjaan atau hanya ingin menitipkan anaknya, itu proses atau biaya minta biaya apa? Biaya rumah sakit itu baru kelihatan. Makanya dari situ biasanya kalau konflik itu kan kalau konflik itu kan tidak pernah berkontribusi langsung besar ke konflik tersebut.</p> <p>Pasti ada awal penyebabnya. Setelah pemeriksaan ini, biasanya dalam. Menindaklanjuti konflik ini. Bagaimana sebelum waktu pertemuan besar mereka sudah bisa meredam sebelum betul. Berbicara secara pribadi. Pasti yang akan ditemui adalah tokoh tokoh kunci yang. Hadir dalam topik tersebut. Kita lihat dulu motifnya apa, kepentingannya apa, dan lain lain. Selama itu bisa di. Support, kita support supaya tidak punya kepentingan yang lebih besar. Tapi kalau. Misalkan ternyata kita tidak bisa support, kita sampaikan</p>	
--	---	--



	<p>keterbatasan kita. Dan kita mau melakukan program yang sudah berjalan di situ. Terkait kondisi saya sendiri, keterbatasan waktu pertemuan kita apa kita belum minggu lalu seperti saat ini, bisa toko kerajinan kita bantu, kita menjalani aturan, kita bisa, tapi kita mungkin kasih alternatif atau solusi lain seperti uang yang kita punya jadi dipakai. Kalau tahun ini estimasi lebih fleksibel. Jadi kita jangan terlalu kaku banget maksudnya. Karena masyarakat kalau kita terlalu kaku waktu nanti gak bisa. Besok sudah kita persiapkan di hajatan sesama masyarakat itu bisa terus, tapi kita bilang tidak bisa.</p> <p>Tapi kita punya alternatif. Lain yang tepat. Solusi lain kita coba bantu siapkan apa. Apa dan lain. Lain. Itu semua ditunggu tunggu. Itu cukup cukup affordable. Efek yang kita lakukan di masyarakat seperti itu. Tapi kita juga enggak mau yang namanya melanggar aturan itu, yang mana. Pasti namanya negara dengan kesalahan. Sama seperti kita, yaitu kita selalu berdiskusi dengan UU apa namanya. Kalau tim potong ini sangat erat kaitannya dengan teman teman dari regional yang punya program dapat bantuan bantuan. Kita juga dekat sama teman teman legal Indonesia, kita akan berkonsultasi juga. Sebab kalau kita bantu ini, kita memandang. Bahwa selama ini kita selalu konsultasi dengan yang sering merasakan adalah legal dan DPR. Biasa. Karena biasanya sama program kita hanya perantara komunikasi, selebihnya cuma juru bicara.</p> <p>Sedangkan kita ada program bantuan. Misalkan Anda tinggal nanti buat apa saja asal 31 kita masukkan ke media untuk</p>	
--	--	--

	<p>membantu dan kita diskusi dengan. Baik dan apa perlunya peraturan perundang undangan yang kurang aman. Gejala yang terjadi. Ini yang kita cari solusinya. Begitu juga. Dari yang berhubungan sama hukum seperti polisi, aparat negara berarti yang menghadapi orang hukum yang masih berdiri dari sisi Hukum. Atau kalau komunikasi awal pasti tetap dari kita, karena kita kan semua seluruh pintu informasi harus dari parpol, nanti tindak lanjutnya. Kalau ternyata itu masuknya ranah hukum, itu baru kita tidak lanjutkan ke depan. Tapi semua komunikasi awal itu mari kita sama. Jadikita menolak itu dalam hal ini. Tapi yang pasti pertama kali adalah motif dan kepentingan tindakan. Itu yang harus kita cari tahu. Karena kalau tidak kita mengetahui motif dan kepentingannya apa, ya kita sama kaya apa namanya. Ia juga menilai bersama masyarakat bisa.</p> <p>Lebih mudah bagaimana cara memisahkan atau langkah dalam menentukan publik yang tidak terlibat dalam konflik yang terjadi. Polisi mereka butuh waktu yang cukup lama. Imbas pertemuan tadi yang saya sampaikan. Juga untuk memeriksa mereka yang sudah cukup sering melakukan pertemuan pertemuan dan mereka juga teman teman eksternal itu. Punya informasi dan di masyarakat. Sehingga dalam menghadapi konflik informasi, pemerintah bisa memberikan banyak informasi yang kita bagaimana kira kira kepada banyak pihak yang tidak terkait dalam kasus tersebut. Dan mana mana pihak yang istilahnya mau menunggangi juga bisa. Kita tahu ini mau</p>	
--	---	--

	<p>sejalan dengan ada konflik kesempatan kita merasa tidak tidak tahu diri, terutama komunikasi teman teman disana sedikitpun, baik mereka informannya. Informan ini juga sudah cukup tersebar banyak di masyarakat.</p> <p>Dengan penyebaran informasi itu bukan kita lemah tapi lebih ke masyarakat. Ini adalah tugas kita dan kita sedari awal. Hubungan baik ini melingkupi. Kasus kebakaran, tapi ini bukan kebakaran, ini apa pabrik menghendaki ya itu gimana. Kalau itu bisa kita tindak lanjuti. Jadi saya kemarin menyebarkan video itu semua pekerja. Kontraktor kontraktor di salah satu perusahaan yang. Beroperasi beroperasi di kawasan, melakukan perbaikan di perusahaan itu. Pastinya yang tahu karena mereka posisi waktu di tower membawa HP. Pada saat meledak mereka kabur. Perawat dan dokter yang menyalahi aturan. Mereka bekerja di lokasi dan menunggu hasil razia. Setelah kita selidiki kurang mendapatkan teguran hingga ke orang orangnya. Dari situ juga kita. Akhirnya mengeluarkan apa yang namanya pemberitaan. Semua informasi. Informasi yang sifatnya membuat spekulasi atau. Belum adanya karyawan dilarang untuk menyebarkan. Para.</p>	
<p><b>Strategi PR</b></p>	<p><b>Bagaimana cara menilai efektifitas strategi public relations yang telah diterapkan dalam situasi krisis atau kontroversial?</b></p>	
	<p>Menilai efektivitas Biasanya kita melihat dari klien di mejanya. Yang mana kalau di mejanya itu adalah berapa lama pemberitaan itu. Muncul. Jadi misalkan kalau berita</p>	<p>PR2.vi</p>

	<p>negatif masih muncul terus, berarti apa yang kita lakukan belum masuk untuk meredam pemberitaan tersebut. Tetapi kalau misalkan ternyata dengan menggunakan setiap strategi yang kita keluarkan berita ini untuk menutupinya, ternyata besoknya sudah hilang, itu berarti kita mendapatkan pemberitahuan. Tapi kalau kami dari media telah mempunyai strategi yang mampu melihat dari berapa lama pemberitaan itu bertahan di media internet. Jadi yang mengirimkan media juga rata rata waktu penelitian yang masih butuh waktu semalam satu hari, tapi ketika disampaikan sudah. Jauh dari teks teks moderate hingga 40% diduga berita.</p>	
<b>Strategi PR</b>	<b>Bagaimana pengelolaan informasi (media sosial) untuk memastikan citra perusahaan tetap positif dimata publik?</b>	
	<p>Perempuan itu selalu mampu memberikan kejutan untuk hal itu. Wartawan pun diajak untuk melihat satu satunya sosok wanita yang dapat Anda gunakan untuk membantu. Banyak yang tidak tahu bahwa itu kita akan menemukan siap mengolahnya menjadi postingan Instagram. Itu sebabnya melakukan pengambilan keputusan tepat dan mendapatkan legalitas menjadi bagian dari penyelidikan oleh pemerintah dan pemerintah. Tidak ada yang. Bisa kita cari di tengah perubahan, misalnya informasi informasi terkait produk perusahaan atau. Dalam keadaan tertentu orang. Sejauh mana peran teknologi dan inovasi dalam membentuk opini publik, jelasnya. Khususnya dalam menciptakan. Konten yang relevan dan menarik. Untuk pembuatan</p>	PR2.vi

	<p>konten dan teknologi itu memang sangat membantu sekali. Maka dari itu bisa membuat kalian pengguna. Menggunakan jenis ini. Jika kita setuju untuk melakukan yang lebih baik melalui pembuatan konten tentang pentingnya kita menggunakan. Teknologi dan. Juga teknologi yang sering digunakan dan produk tertentu dalam kurun waktu Tertentu. Dan jika kita tidak bisa memberikan kontribusi besar, misalnya dalam abstrak adalah mengajarkan secara digital pemanfaatan. kemungkinan dan kemampuan dari tubuh, maka itu adalah. Pemain berusia 32 tahun.</p>	
<b>Strategi PR</b>	<p><b>Sejauh mana peran teknologi dan inovasi dalam membentuk strategi public relations, khususnya dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik?</b></p> <p><b>Apa pendekatan PKT dalam berkomunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk media, pelanggan, dan karyawan, untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang positif?</b></p>	
	<p>Konsep ini kembali ke tiga bagian yang. Paling kentara adalah bahwa selalu mereka rutin mengadakan jamuan makan dengan pelanggan, perubahan logo lembaga, dan seringnyapengumuman keluar atau pengumuman internal ini ke karyawan dan kepada stakeholder internal itu adapembinaan karyawan, termasuk untuk pengadaan acara acara itu. Perusahaan melibatkan karyawan di acara olahraga raja raja raja adalah sebagai media kita lebih mendekati kepada pihak media itu kembali menjadi selalu ada dan pemberian</p>	PR2.vi

	<p>dukungan juga kepada dia dan juga teman teman wartawan kalau mereka ada usaha untuk membantu promosi itu merupakan salah satu bentuk pendekatan kita agar terjalin hubungan dan bagaimana mereka mengukur keberhasilan kampanye publik yang telah dilakukan, terutama dalam meningkatkan persepsi publik terhadap. Perusahaan itu yang sebenarnya untuk kita ingin dikenal oleh. Rambut menjadi salah satu kebutuhan anda dengan panca indera kita dan penilaian dari banyak aspek adalah internal dan eksternal umumnya kita lakukan. Mengumpulkan dokumentasi dan juga buku buku. Dalam menghadapi perubahan tren dan dinamika pasar.</p>	
<p><b>Strategi PR</b></p>	<p><b>Bagaimana PKT mengukur keberhasilan kampanye public relations yang telah dilakukan, terutama dalam hal meningkatkan persepsi publik terhadap perusahaan?</b></p> <p><b>Dalam menghadapi perubahan tren dan dinamika pasar, bagaimana cara menyusun strategi public relations yang adaptif dan responsif?</b></p>	
	<p>Kalau ada respon seperti yang pertama dan kedua itu pengurus intinya kami dibiarkan. Selalu ada aplikasi terbaik untuk informasi. Maupun teknologi yang Anda sampaikan. Mulai dari sejarahnya sampai itu. Mulai dari. Teknologi saring atau cara kerja pemberitaan di televisi seperti apa. Kita sampai tidak ada. Kita harus tahu celahnya gimana caranya supaya apa pesan ini. Sampai dengan target. Yang kita sasar. Karena kita juga harus tahu caranya supaya kita semua pasti tahu bagaimana biar menteri presiden tahu betul</p>	<p>PR2.vi</p>

	<p>pasti. Pemberitaan kita, kita lihat ataupun menyediakan yang sering dibaca oleh pimpinan kita. Dan pada saat itu media pasti akan dibaca Pak Jokowi di istana ini sendiri. Siapa yang sering angin tiba tiba masuk ke itu terjadi apa? Sebaiknya juga dalam pemberitaan kita bekerja. Sama dengan 30% seluruh stakeholder yang ada dan itu. Yang utama itu kita harus selalu aktif informasi itu itu sekali jendela 5. Karena nanti kalau kita sudah tahu perkembangannya seperti apa, apakah nanti. Ke depannya atau dari misalkan ada informasi itu berkaitan dengan Kaltim.</p> <p>Kalimantan ternyata akan berkaitan. Kita juga sudah punya antisipasi sebagai besar untuk apa yang harus kita siapkan. Contoh misalkan setiap hari kita bermain. Dengan melakukan media monitoring. Media monitoring itu selain kita memonitoring pemberitaan. Pupuk Kaltim yang. Keluar di media, kita juga memonitoring seluruh pemberitaan yang ada di bawah. Pohon yang bisa keluar. Ini bisa sampai provinsinya sendiri ketika monitor tidak memberikan pemberitaan apa. Selain itu kita juga kita bagi tiga tujuan terakhir adalah terkait isu Isu. Isu khusus itu adalah monitoring pemberitaan terkait dengan. Pertanian, Kementerian Pertanian yang berkaitan langsung terkait dengan industri pupuk, petrokimia, pertanian. Maupun atau hal lainnya petani, katanya, kemarin. Satu hari tanpa aturan aturan baru kita bisa tahu itu menjadi pengurangan komoditi apa yang bisa diterima. Walaupun subsidi kita tidak tahu. Ini isu isu itu kita butuh.</p>	
--	--	--

	<p>Dengan ada informasi. Itu kita bisa menyesuaikan lagi apa ke seluruh konten maupun dengan siapa saja. Seperti itu memang. Intinya ada informasi dan harus rajin baca berita setiap hari. BPJS Kesehatan fisik. Dan mental masalah media Komunikasi, jelasnya. Apa sih keluarga susu kuda, kuda kuda kuda kita selesai atau didialogkan dari media, kita langsung aktif. Berita itu kita punya lewat momen momen momen momen yang luar biasa dan memberikan dukungan yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Jadi kita selalu aktif di media sosial, media sosial saya dan juga 1020 kumparan. Detik dan lain lain. Kecuali sana lebih gampang baca disitu daripada kita menjadi apa namanya di web. Web artikelnya itu lebih gampang memiliki aktivitas di perusahaan. Bahwa terkait isu politik, isu pertanian itu kita harus hampir. Karena kalau dari jaman dulu pas dibuat baru dibangunnya. Tetapi ini narasi dulu kan belum ada media lain, saya petik dari Youtube dan masih dirasa bisa sampai kepada kita dengan perubahan proses itu menjadi media yang besar dan banyak sekali.</p> <p>Menjadi lebih besar karena dulu baru berbicara di bagian publikasi dan. Dokumentasi itu lebih ke. Tukang foto, bukan video. Sama apa bikin berita bikin berita tapi enggak sampai kita enggak sampai jauh sampai kita menganalisis dampak dan lain lain. Jadi hanya buat berita, sebar berita. Sebagian kita sebar, tapi kita enggak menganalisis sampai sejauh apa sih dampaknya ke masyarakat. Terus ada</p>	
--	---	--



	<p>beritanya apa? Kalau dari dari dari rilis yang kita keluarkan, respon masyarakat seperti apa kita buat tulisan kita itu. Jadi tidak lanjut itu saja terputus sampai di situ, jadi pekerjaanya hanya foto, video, membuat berita, kirim sudah hanya dari perubahan pola pikir. Ini menjadi berita salah buat kemarin juga itu. Namun dua komunikasi kemudian isinya jauh berbeda jauh dari apa gunanya struktur pekerjaan yang ada saat itu, Meskipun saat itu akan berubah menjadi lebih baik. Kita lebih belajar banyak resep, banyak banyaknya untuk tidak hanya sekedar foto dokumentasi imajinasi. Simpan rahasia itu. Lebih overwhelmed sekarang. Yang. Sering kurang dipercaya lagi ya.</p>	
<b>Strategi PR</b>	<b>Apakah PKT memiliki contoh keberhasilan mengatasi tantangan besar dalam memelihara citra perusahaan?</b>	
	<p>Kalau sejauh ini ya hampir semua sih yang bisa kita lalui ya dari setiap orang, baik itu krisis atau kita membangun secara sendiri dari strategi kita. Sementara ini sih alhamdulillah berjalan lancar dan tanpa kendala yang berarti. Kami juga kembali disupport. Oleh tim tim yang profesional. Akhirnya kita juga banyak belajar dari mereka.</p>	PR2.vi
<b>Strategi PR</b>	<b>Apakah terdapat pelibatan karyawan PKT lainnya (diluar Departemen Komunikasi Korporat PKT) dalam upaya membangun citra perusahaan yang positif, dan bagaimana peran mereka dalam strategi public relations Anda?</b>	
	<p>Kalau sejauh ini ya hampir semua sih yang bisa kita lalui ya dari setiap orang, baik itu</p>	PR2.vi

	<p>krisis atau kita membangun secara sendiri dari strategi kita. Sementara ini sih alhamdulillah berjalan lancar dan tanpa kendala yang berarti. Kami juga kembali disupport. Oleh tim tim yang profesional. Akhirnya kita juga banyak belajar dari mereka. Antisipasi antisipasi terus apa tindakan preventif preventif yang dilakukan dalam jangka waktu apa? Bagaimana menyikapi sebuah masalah seperti yang dihadapi itu? Sejauh ini sih kita sudah bisa. Melewati semuanya tanpa ada kendala kendala yang mesti dihindari. Semoga tidak ada yang salah lagi. Apakah terdapat pelibatan karyawan PKBL lainnya diluar Departemen Komunikasi</p> <p>Oh ya, tentunya. Dari tim kami khususnya. Modifikasi yang kita punya baginya termasuk berbeda sesuai tren dan itu adalah kita pilih dari daerah daerah yang mungkin. Polusi banyak yang terjadi pada remaja. Jadi mereka punya tugas. Jadi nanti akan. Hadir sebagai korban bersama korban besar. Mereka adalah pemimpin pemimpin partai partai politik, perusahaan yang. Nanti akan disebar oleh keluarga besar sebagai sebuah media sosial. Masing masing. Untuk itu, keterlibatan orang orang diluar dari media dapat meningkatkan citra kita. Tapi disamping itu juga pada saat terjadi krisis. Temen temen ini juga membantu. Istilahnya kalau misalkan ada isu bisa. Dibantu komunikator untuk meluruskan. Permasalahan. Klarifikasi ada semacam langkah yang bagus, tapi yang terbaik bisa pembajakan dengan terstruktur ya. Tetapi mereka juga bisa melibatkan dan membantu</p>	
--	---	--

	<p>kita di depan publik maupun melakukan pendekatan secara lebih jauh dari itu. Yang kita bisa. Atau kita memang yang melibatkan diri dengan beberapa orang. Begitu juga dengan memberikan penjelasan apa itu sendiri, yaitu program.</p> <p>Program ini berjalan dengan baik bersama teman teman kita dalam masalah perempuan. Jadi kita mampu mendorong pergaulan itu untuk kita memberi tanggapan atau menceritakan tempat tempat teman teman dari program apa itu. Selama keterlibatan karyawan di departemen lain dalam peradaban media itu keterbatasan kita juga dalam melihat program program yang dikerjakan. Karena mereka. Kan orangnya. Kalau jalan mereka membuat program dijalanin. Tapi mereka gak tau ternyata oh begitu bagus buat diberitakan. Selama ini kita rutin. Melakukan rapat yang. Bisa kita kumpulin dan saat ini masih dalam tahap pengembangan kegiatan kegiatannya. Ada program baru apa nih yang bagus bisa menjadikan kita lebih menarik lagi. Kita bisa mengubah dunia. Tengah tengah kita, kita. Belajar cara membuat program program itu, lalu kita bangun dengan komentar positif itu. Kita biasanya setelah dikumpulkan, baru baru kita bisa membayangkan diri kita sebagai. Tim yang akan kesulitan kesulitan melaksanakan kegiatan program yang bisa dikaitkan dengan program program nasional. Kenapa tidak bisa dimasukan rehabilitasi? Bagi mereka kebanyakan untuk tidak masalah. Jadi kalau disini biasanya membutuhkan 180 ribu tahun. Untuk bisa keluar sendiri, jadi semakin bertambah.</p>	
--	---	--

<b>Pra Riset</b>	<b>Penanganan Kasus yang dialami PT Pupuk Kalimantan Timur</b>	
<b>Pra Riset</b>	<b>Apakah divisi hukum memiliki langkah-langkah atau protokol tertentu untuk mengatasi dampak hukum dan reputasi yang mungkin timbul dari kasus yang terjadi di pupuk kaltim?</b>	
	jadi memang kita akan mendampingi semua unit kalau dalam konteks manajemen komunikasi hukum, tim advokasi pasti akan terus dengan intens berkomunikasi dengan humas untuk menyampaikan poin-poin lah dari hal-hal atau isu hukum yang terjadi, sehingga ini juga akan berkaitan dengan tidak merusak lah dalam artian juga Citra. Citra PKT tetap akan terjaga	PR4.i
<b>Pra Riset</b>	<b>Bagaimana divisi hukum berencana untuk berkomunikasi dengan pabrik dan pihak-pihak terkait terkait dengan perkembangan kasus-kasus yang terjadi?</b>	
	Sebelum informasi kasus disampaikan kepada publik, terdapat semacam stand by statement dari pihak corporate communication yang nanti akan menyampaikannya. Agar mereka bisa menyampaikan poin-poin mengenai perkembangan kasus. Disini kita review dulu bentuk komunikasinya. Jadi kita akan berkolaborasi dengan terkait kasus termasuk bentuk komunikasi yang akan disampaikan	PR3.i
<b>Tanggapan Masyarakat</b>	<b>Citra PT Pupuk Kalimantan Timur dari sudut pandang masyarakat terkait bau amonia</b>	
	<b>Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap citra PT Pupuk Kalimantan Timur terkait bau amonia, seperti langkah yang diambil perusahaan untuk dampak</b>	

	<b>bau amonia sera komunikasi yang dilakukan sebaga bentuk ipaya mitigasi?</b>	
	Saya rasa ini tidak mengganggu, Pak. Selama udaranya masih bisa dihirup dengan baik dan tidak menghambat kegiatan di luar rumah, itu tidak berdampak pada kesehatan kita, Pak. Sejauh ini, PT yang berusaha sebaik mungkin dalam penanganan bau amonia, pasti melakukan inovasi agar bau amonia tidak keluar ke pemukiman sekitar, Pak. Jadi, kita sebagai warga pernah mendapatkan penjelasan mengenai bau amonia. Bagaimana jika terhirup oleh masyarakat sekitar? Bagaimana dampak amonia terhadap kesehatan?	PR5.i
<b>Tanggapan masyarakat</b>	<b>Apakah masyarakat merasa komunikasi saat sosialisasi mengenai penanggulangan bau amonia yang dilakukan PT Pupuk Kalimantan Timur sudah efektif?</b>	
	Sebenarnya, ada himbauan untuk memberitahu tentang bau, yaitu bau amonia. Amonia pada skala kecil sebenarnya tidak terlalu berbahaya selama masih berada dalam batas yang wajar. Namun, jika sudah berlebihan, kita dihimbau untuk mengambil langkah-langkah tertentu. Misalnya, segera menjauhi arah angin dan menyiapkan kain basah jika terjadi bau amonia yang berlebihan	PR 6.i

## Lampiran 3 Hasil Turnirin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
LABORATORIUM OTODAERAH  
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

### SURAT KETERANGAN

Nomor:807/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP  
NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama. : Diah Oktavia  
NBI : 1151800285

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%. Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Desember 2023  
Kepala Lab. Otoda,

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

## Lampiran 4 Dokumentasi



## Lampiran 5 : Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 021-5991742, 5931800 psw. 159 email: fisip@untag-sby.ac.id

### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : DJAH OKTAVIA  
 NBI : 1151800285  
 Program Studi : PRODI  
 Dosen Pembimbing I : Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med Kom  
 Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom  
 Judul Skripsi : STRATEGI HUMAS PT PUPUK KALIMANTAN TIMUR DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem-1	Paraf Dospem 2
1.	8 / 10 <sup>23</sup>	Revisi bab I - bab III		
2.	10 / 10 <sup>23</sup>	Revisi bab I - bab III		Dauit
3.	23 / 10 <sup>23</sup>	Perbaikan bab III		
4.	7 / 11 <sup>23</sup>	Lanjut bab IV		Dauit
5.	14 / 11 <sup>23</sup>	Revisi bab IV		
6.	20 / 11 <sup>23</sup>	Revisi bab IV		Dauit
7.	1 / 12 <sup>23</sup>	Revisi bab IV		
8.	7 / 12 <sup>23</sup>	Revisi bab IV		Dauit
9.				
10.	8 / 12 <sup>23</sup>	Revisi bab V		Dauit





UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
• Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email: foisp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
11.	8/12 '23	ACC bab IV dan V		<i>P. Sant</i>
12.	11/12 '23	ACC Sidang.	<i>M. Rizki</i>	

Catatan:  
1. Kartu Sidangan dibawa saat sidangan  
2. Kartu sidangan diisi oleh Dosen Pembimbing

Sidangan dinyatakan telah selesai  
Tanggal 13-12-2023

Dosen Pembimbing I:

*M. Rizki*  
Much Rizqi

Dosen Pembimbing II:

*P. Sant*  
Rogus Cahyo Shaha, P

## Lampiran 6 : Lembar Revisi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

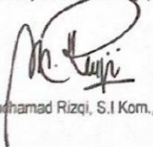
Nama : Diah Oktavia  
NIM : 1151800285  
Judul : Strategi Public Relation PT Pupuk Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Citra Positif  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 18 Desember 2023

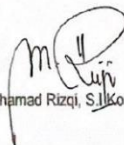
Catatan Perbaikan:

- Rumusan masalah dan tujuan penelitian.
- Kerangka pemikiran.
- Penulisan poin (hal 20 dan 81) diperbaiki.
- Penulisan kalimat langsung ditulis 1 spasi.

Surabaya, 18 Desember 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med. Kom

  
Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med. Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

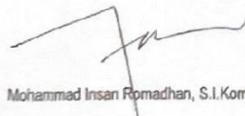
Nama : Diah Oktavia  
NIM : 1151800285  
Judul : Strategi Public Relation PT Pupuk Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Citra Positif  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 18 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

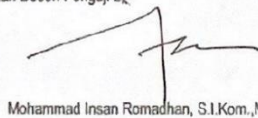
1. ditambahkan daftar pustaka.
2. dengan bahasa pengalasan di sub 4.

Surabaya, .....

Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 2,



Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom



Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi" dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

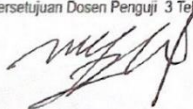
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

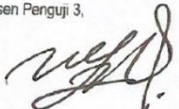
Nama : Diah Oktavia  
NIM : 1151800285  
Judul : Strategi Public Relation PT Pupuk Kalimantan Timur Dalam Mempertahankan Citra Positif  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 18 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

- 1) Informan dari warga terdampak ditambah minimal 2 orang
- 2) Pembahasan ditambah dari pandangan Masy. literer beric atau jurnal
- 3) Daftar pustaka
- 4) Elemen - Elemen two-way symmetric dimasukkan dalam analisis
- 5) Revisi sumber wawancara

Surabaya, 18 Desember 2023  
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3,

  
Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA

  
Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA