

Crisis communication planning bank pemerintah

Mantu, Poppie Indriyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74743&lokasi=lokal>

Abstrak

Krisis yang berlangsung sejak pertengahan tahun 1997 khususnya di kawasan Asia, secara nyata telah menyebabkan kerusakan di sektor ekonomi, politik dan sosial. Sektor perbankan merupakan salah satu yang terterpa imbas dari krisis tersebut. Salah satu bank BUMN terkemuka yaitu Bank BNI ikut merasakan akibat dari krisis tersebut.

Berlatar belakang hal tersebut yang menjadi pokok permasalahan studi adalah :

- a. Apa kebijakan komunikasi yang dilakukan Humas Bank BNI dalam menghadapi krisis moneter tahun 1997-1998 ?
- b. Apakah Humas Bank BNI mempunyai Crisis Communication Planning pada masa krisis moneter di Indonesia tahun 1997-1998 ?
- c. Bagaimana proses pengembangan strategi atau kegiatan-kegiatan public relations secara spesifik sehingga Bank BNI bisa mencapai pemulihan?

Tujuan penelitian secara umum adalah untuk mengetahui tindakan Humas Bank BNI dalam menghadapi krisis moneter tahun 1997-1998.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif.

Teknis Analisis Dalam Kualitatif yang dipergunakan adalah Time Allocation Analysis. Sedangkan untuk Teknis Pengumpulan Data dilakukan dengan wawancara mendalam melalui Key Person sejumlah 2 orang dan analisis data.

Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Pengertian Humas, Fungsi dan Tujuan Humas Dalam Organisasi, Posisi Humas Dalam Organisasi, Crisis Communication Planning dan Contingency Planning, Peranan Media Massa Dalam Program Kerja Humas, Program Kerja Humas dalam Mengelola Situasi Krisis.

Dalam temuan penting hasil studi dapat dijabarkan bahwa Bank BNI ikut terkena dampak krisis moneter. Hal ini dapat dilihat pada penurunan profit perusahaan, tidak adanya perencanaan komunikasi terhadap krisis dalam tugas dan wewenang Kelompok Humas. Sedangkan untuk kegiatan kehumasan yang dilakukan pada tahun 1997 hanya penyampaian Laporan Tahunan kepada Bapepam.

Kegiatan kehumasan sesudahnya dilakukan dengan tujuan untuk memaintenance dampak krisis. Maksudnya adalah kebijakan kehumasan yang dilakukan adalah merupakan garis besar program kehumasan yang sudah ada di Bank BNI yaitu Corporate Public Relations (CPR) dan Marketing Public Relations (MPR). Tidak ada

strategi khusus kehumasan yang dilakukan dalam rangka krisis moneter tersebut.

Sebagai saran dari Peneliti, krisis merupakan hal yang pasti akan terjadi dalam organisasi dengan berbagai macam bentuk yang akan menimpa perusahaan. Untuk itu Crisis Communication Planning diperlukan keberadaannya dalam organisasi. Begitupula dengan Tim Krisis yang perlu dibentuk serta dibekali dengan keilmuan mengenai krisis.