



Manajemen Isu atas Regulasi Perlindungan Aktivistis Lingkungan dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Tambang (Studi Kasus PT Sumbawa Timur Mining di Nusa Tenggara Barat)

Zulaikha *

Program Studi Komunikasi Korporat, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina, Indonesia

E-mail (Penulis Korespondensi): zulaikha@students.paramadina.ac.id

Abstrak. Penelitian ini mengkaji strategi manajemen isu dan reputasi PT Sumbawa Timur Mining (STM), perusahaan tambang tembaga dalam menyikapi penerapan Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI No. 10 Tahun 2024. Peraturan tersebut menekankan pada perlindungan hukum bagi aktivis lingkungan hidup menghadirkan tantangan terkait isu lingkungan dan sosial bagi perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan paradigma konstruktif yang menganalisis inisiatif STM seperti strategi komunikasi proaktif, keterlibatan pemangku kepentingan, pembentukan tim khusus, dan penggunaan saluran komunikasi digital dalam menyebarluaskan informasi kegiatan operasional perusahaan. Dari penelitian ini, menunjukkan bahwa strategi STM efektif dalam mendorong transparansi dan kolaborasi melalui audit, mekanisme pengaduan, dan program pemberdayaan masyarakat.

Kata kunci: Aktivistis lingkungan, komunikasi korporat, manajemen isu, manajemen reputasi, tambang

Abstract. This study examines the issue management and reputation strategies of PT Sumbawa Timur Mining (STM), a copper mining company, in responding to the implementation of the Indonesian Ministry of Environment and Forestry Regulation No. 10 of 2024. The regulation emphasizes legal protection for environmental activists, posing challenges related to environmental and social issues for the company. This research employs a qualitative descriptive method with a constructivist paradigm, analyzing STM's initiatives such as proactive communication strategies, stakeholder engagement, the formation of a specialized team, and the use of digital communication channels to disseminate information about the company's operational activities. The findings indicate that STM's strategies effectively promote transparency and collaboration through audits, grievance mechanisms, and community empowerment programs.

Keywords: Environmental activists, corporate communication, issue management, reputation management, mining

1. Pendahuluan

Meningkatnya kriminalisasi yang dialami oleh aktivis lingkungan di Indonesia menjadi salah satu alasan lahirnya Peraturan Menteri LHK No. 10 Tahun 2024. Banyak kasus terjadi dimana aktivis lingkungan dijerat hukum akibat aktivitas advokasi mereka, beberapa contoh kasus terkenal adalah kasus Daniel Frits Tangkilisan dari Karimunjawa,

yang dipidana selama tujuh bulan karena mengunggah foto limbah tambak illegal di Kawasan Taman Nasional. Meskipun akhirnya memenangkan banding namun hal tersebut menyiratkan rentannya posisi aktivis lingkungan di mata hukum sebelum adanya regulasi yang melindungi mereka (Fadhilah, 2024).

Sementara itu, Cristina Rumahlatu, seorang aktivis lingkungan di Halmahera Tengah dipidanakan karena aksi protesnya dalam melawan operasi penambangan mineral nikel yang dianggap merusak lingkungan dan sumber mata pencaharian masyarakat setempat. Setelah banjir bandang yang terjadi di Halmahera Tengah pada bulan Juli 2024, Cristina menyalahkan penyebab banjir bandang tersebut dipicu oleh deforestasi akibat aktivitas tambang nikel. Dia dilaporkan atas tuduhan pelanggaran Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Belseran, 2024). Tren meningkatnya kriminalitas para aktivis lingkungan ini ditengarai semakin meningkat dengan disahkannya Undang-Undang Cipta Kerja serta setelah Pemerintah mensahkan peraturan terkait Proyek Strategis Nasional (PSN).

Contoh kasus-kasus diatas menyoroati akan lemahnya posisi para aktivis lingkungan yang mencoba mengkritisi kegiatan badan usaha yang mengeksploitasi sumber daya alam yang tidak berkelanjutan atau melakukan pencemaran lingkungan. Kriminalisasi para aktivis lingkungan ini telah memicu kekhawatiran dari berbagai pihak baik di nasional maupun internasional, utamanya terkait lemahnya perlindungan hukum bagi para pembela lingkungan di Indonesia.

Merespon tekanan publik dan meningkatnya perhatian internasional akan isu kriminalisasi ini, Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menerbitkan Peraturan Menteri Nomor 10 Tahun 2024 tentang Perlindungan Pembela Lingkungan Hidup. Peraturan ini ditandatangani oleh Menteri Siti Nurbaya dan resmi diundangkan pada tanggal 4 September 2024. Peraturan ini merupakan implementasi dari Pasal 66 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang memberikan perlindungan hukum bagi siapapun yang memperjuangkan lingkungan hidup yang sehat dan berkelanjutan. lingkungan hidup dari tuntutan pidana atau perdata. Peraturan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat bagi para pembela lingkungan yang beresiko dikriminalisasi akibat aktifitas advokasi mereka. Peraturan ini, yang juga dikenal sebagai *Anti - SLAPP (Anti Strategic Lawsuit Against Public Participation)*, melindungi masyarakat dari tuduhan pidana atau gugatan perdata karena memperjuangkan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Dengan kondisi saat ini dimana berita menjadi lebih mudah tersebar dengan bantuan media digital seperti social media sehingga membuat reputasi perusahaan menjadi rentan akan lebih sering muncul. Isu lingkungan yang dimunculkan oleh aktivis lingkungan jika tidak ditangani dengan baik akan menjadi kumpulan isu yang berpotensi menjadi besar dan dapat menjadi sebuah krisis yang dapat merusak reputasi perusahaan tambang. Oleh karena itu, penulisan ini akan menitikberatkan pada pentingnya manajemen isu bagi perusahaan tambang akibat implementasi peraturan ini.

Penelitian ini berangkat dari permasalahan utama terkait strategi yang perlu diambil oleh perusahaan tambang dalam menghadapi tantangan baru, khususnya dalam manajemen isu dan manajemen reputasi, sebagai dampak implementasi Peraturan Menteri Kehutanan dan Lingkungan Hidup No. 10 Tahun 2024. Regulasi ini membawa implikasi

signifikan bagi sektor pertambangan di Indonesia, yang memerlukan pendekatan strategis untuk mengelola isu-isu yang muncul dan mempertahankan reputasi perusahaan di tengah tuntutan pengelolaan lingkungan yang semakin ketat.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak regulasi tersebut terhadap pengelolaan isu dan reputasi perusahaan tambang. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman tentang implikasi kebijakan, tetapi juga menyajikan rekomendasi strategis yang relevan untuk menghadapi tantangan tersebut. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak peraturan ini terhadap pengelolaan isu dan reputasi perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan di Indonesia.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan dalam beberapa aspek. Pertama, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang pentingnya manajemen isu yang responsif dan adaptif dalam konteks penerapan regulasi lingkungan yang semakin kompleks. Kedua, hasilnya dapat membantu perusahaan tambang merancang strategi yang lebih efektif dalam menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan tanggung jawab sosial dan kepatuhan terhadap lingkungan. Ketiga, penelitian ini berpotensi memperkaya literatur akademik terkait implementasi teori manajemen isu dan manajemen reputasi di sektor pertambangan, sehingga menjadi referensi yang berharga bagi akademisi dan praktisi hubungan masyarakat.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menjawab permasalahan yang diangkat sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi sektor pertambangan di Indonesia dalam menghadapi dinamika regulasi lingkungan yang dinamis dan terus berkembang.

Berbagai penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema ini telah menjadi rujukan dalam penulisan jurnal ini. Beberapa di antaranya mencakup kajian mengenai manajemen komunikasi reputasi dan krisis di PT Gunbuster Nickel Industry (Kusumajaya & Hibatulloh, 2023) serta strategi public relations dalam manajemen isu layanan pelanggan di iBOX Indonesia (Saraswati & Juliadi, 2023). Selain itu, penelitian tentang konflik pertambangan di Indonesia, seperti studi kasus Tambang Emas Martabe dan upaya meningkatkan partisipasi masyarakat serta penegakan hukum dalam industri pertambangan, juga menjadi perhatian utama (Gunawan, 2023). Strategi public relations PT Adaro Indonesia dalam mempertahankan citra positif perusahaan (Widijanta, 2023) serta dampak corporate social responsibility (CSR) dan good corporate governance terhadap reputasi perusahaan tambang di Indonesia (Sudirman & Ningrum, 2022) turut memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai komunikasi korporat.

Lebih lanjut, citra PT Freeport pasca kasus PHK massal berdasarkan pemberitaan di media online seperti Tempo.co dan CNNIndonesia.com pada tahun 2019 juga menjadi kajian penting (Rampalimbo dkk., 2021). Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) PT Antam, Tbk. turut dianalisis dalam konteks keberlanjutan perusahaan (Nugraha, t.t.). Selain itu, penelitian mengenai strategi penanganan krisis dalam kajian corporate communication, khususnya pada program Marsipature di perusahaan tambang di Sumatera Utara, menambah wawasan tentang manajemen krisis di sektor industri (Bayu Anggriyani & Ramadhan, Alvian Jelang, 2023).

Kajian lain yang berfokus pada manajemen krisis kehumasan mengungkap strategi efektif dalam menghadapi tantangan reputasi perusahaan (Fada, 2023), sementara analisis

manajemen krisis dan manajemen isu PT Sariwangi terhadap peningkatan citra perusahaan juga menjadi referensi penting (Kusna, 2023). Isu-isu industrialisasi nikel serta pengelolaan komunikasi korporat di kawasan industri Morowali turut dipertimbangkan dalam penelitian ini (Lampe, 2021). Selain itu, penerapan CSR, corporate governance, komitmen manajemen, dan etika bisnis terhadap reputasi organisasi pada perusahaan PT Pertamina di Kabupaten Muaro Jambi memberikan perspektif tambahan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi citra perusahaan (Yustien & Mirdah, 2020).

Lebih jauh, strategi komunikasi krisis yang diterapkan Sritex dalam menghadapi kebangkrutan akibat kelalaian pembayaran utang menjadi contoh nyata dalam studi kasus terkait (Salimah dkk., 2025). Demikian pula, strategi komunikasi krisis dalam menghadapi gulung tikarnya Bank Perkreditan Rakyat di Indonesia pada tahun 2024 akibat likuiditas rendah turut menjadi perhatian (Setya dkk., 2025). Terakhir, strategi manajemen isu dalam mempertahankan citra perusahaan, khususnya pada Departemen Policy, Government, and Public Affairs Rumbai PT Chevron Pacific Indonesia, menjadi salah satu referensi dalam memahami dinamika komunikasi korporat di industri pertambangan (Permana, 2016).

Industri pertambangan Indonesia sangat memperhatikan masalah yang dihadapi perusahaan tambang dengan masyarakat lokal dan aktivis lingkungan. Konflik-konflik ini disebabkan oleh akses dan distribusi manfaat yang tidak merata dari lapangan pekerjaan, sumber daya alam, kurangnya partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan, dan lemahnya penegakan hukum untuk menghentikan pelanggaran terhadap lingkungan dan hak asasi manusia. Mengingat peraturan ini baru diterbitkan pada tanggal 4 September 2024 maka jurnal ini penting dalam membantu mengkaji akibat yang mungkin ditimbulkan akibat penerapan peraturan baru ini terhadap perusahaan tambang dengan menekankan inisiatif untuk memitigasi resiko krisis dengan penerapan strategi komunikasi manajemen isu dan manajemen reputasi perusahaan tambang di Indonesia. Penelitian ini akan fokus pada studi kasus PT Sumbawa Timur Mining (STM). Sejarah singkat STM yang merupakan sebuah perusahaan gabungan (*joint venture*) memiliki semangat untuk mengembangkan cadangan tembaga Indonesia melalui upaya eksplorasi menyeluruh. Wilayah pertambangan eksplorasi STM terbentang sepanjang Kabupaten Dompu dan Bima terletak di Provinsi Nusa Tenggara Barat. STM adalah pemilik Kontrak Karya generasi ke-7 serta pemegang lisensi eksplorasi panas bumi. Mayoritas 80% saham STM dimiliki oleh Eastern Star Resources Pty. Ltd., sebuah anak usaha dari Vale, dan 20% saham lainnya dipegang oleh PT. Aneka Tambang, Tbk.

Pada penelitian ini, penulis akan memfokuskan pembahasan dengan berlandaskan pada teori manajemen isu. Manajemen isu adalah pendekatan strategis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan merespon isu-isu yang berpotensi memengaruhi operasional, reputasi dan keberlanjutan perusahaan. Dalam buku *Pengelolaan Krisis Public Relations* oleh Wina Sari, manajemen isu dilakukan sebagai antisipasi sebelum terjadinya krisis dan tetap harus dilakukan ketigak krisis berlangsung. Selain itu perusahaan dituntut untuk lebih proaktif untuk mengidentifikasi isu. Hasil identifikasi ini menjadi dasar untuk menentukan strategi untuk merespons isu sebelum berkembang menjadi krisis yang mempunyai dampak besar bagi perusahaan dan mencari peluang untuk reposisi perusahaan untuk meningkatkan reputasi (Sari dkk., 2024). Dalam konteks PT Sumbawa Timur Mining (STM), teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana perusahaan mengelola isu perlindungan aktivis lingkungan agar tetap dapat menjalankan kegiatan

Eksplorasi pertambangan yang sejalan dengan standar internasional dan ekspektasi masyarakat di sekitar tambang.

Selain itu teori reputasi perusahaan dianggap relevan sebagai landasan strategi manajemen isu atas implementasi regulasi baru terkait perlindungan hukum bagi aktivis lingkungan. Reputasi Perusahaan adalah persepsi kolektif publik terhadap kredibilitas, tanggung jawab sosial, dan performa perusahaan. Reputasi perusahaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kepercayaan masyarakat (*social responsibility*) kinerja lingkungan dan respon perusahaan terhadap penanganan krisis (Sari dkk., 2024). Menurut Coombs (2007) dalam buku *Public Relations, Issue & Crisis Management* (Kriyantono, 2015) Reputasi juga dapat diartikan sebagai evaluasi publik tentang kualitas organisasi dalam memenuhi harapan-harapan publik. Karena sifatnya yang evaluatif tersebut maka reputasi terbentuk dari berbagai informasi yang diterima oleh para pemangku kepentingannya. Berbagai macam informasi itu bisa berasal dari berita-berita di media massa, media sosial, atau dari diskusi publik dengan perusahaan. Reputasi yang baik dapat memperkuat keberlanjutan operasional perusahaan tambang karena salah satu syarat beroperasinya perusahaan tambang apabila mendapatkan persetujuan dari masyarakat untuk melaksanakan kegiatan pertambangannya (*social license*).

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, yaitu pendekatan sumber data berupa data sekunder dari literatur dan analisis berupa deskriptif. Metode penelitian ini memandang bahwa prosedur riset berisi upaya dialektikal dan partisipatif antara peneliti dan fakta yang terjadi. Melalui metode ini diharapkan dapat membedah fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif ini sifatnya hanya menjabarkan temuan di lapangan melalui wawancara dengan informan dan observasi di lapangan. Metode ini juga mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi ketika penelitian berlangsung dan menyajikan data dengan apa adanya.

Paradigma atau pendekatan yang dipilih pada penulisan ini adalah Interpretif Konstruktif. Pendekatan ini dianggap relevan karena fokus pada bagaimana realitas sosial (seperti isu perlindungan aktivis lingkungan) dibentuk oleh interaksi dan persepsi antara perusahaan, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan perspektif media dan literatur yang ada. Dalam penelitian ini, konstruktivisme memungkinkan peneliti untuk menggali pemaknaan yang diberikan oleh pemangku kepentingan STM terhadap manajemen isu tersebut melalui metode studi kasus berbasis data sekunder (literatur, jurnal dan pemberitaan media massa).

Metode wawancara dilakukan kepada informan dari STM untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait pendekatan komunikasi serta strategi manajemen isu dan manajemen reputasi yang diterapkan di perusahaan.

Aspek yang ditanyakan dalam wawancara meliputi:

1. Strategi manajemen isu atas implementasi peraturan Menteri LHK No. 10 Tahun 2024.
2. Manajemen reputasi STM dalam konteks regulasi perlindungan hukum aktivis lingkungan.

Metode kajian jurnal terdahulu dan kumpulan berita juga akan menjadi bagian dari penulisan ini untuk melihat bagaimana manajemen isu atas implementasi peraturan

mengenai perlindungan aktivis lingkungan bagi perusahaan tambang PT Sumbawa Timur Mining.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana STM menangani potensi terjadinya konflik, termasuk strategi komunikasi yang diterapkan untuk menjaga hubungan dengan komunitas lokal dan pemerintah. Fokus utamanya adalah bagaimana perusahaan manajemen isu dan reputasi perusahaan terkait isu pencemaran lingkungan.

Melalui wawancara dengan Corporate Communication Manager STM, Cindy Elza dapat diketahui bagaimana manajemen isu dan manajemen reputasi PT STM terkait implementasi peraturan tersebut. Berikut ini adalah hasil dan pembahasan mendalam mengenai manajemen isu dan reputasi di STM:

3.1. Manajemen Komunikasi Isu dan Reputasi di PT Sumbawa Timur Mining atas Implementasi Peraturan Menteri KLHK No. 10 Tahun 2024

STM sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap prinsip tata kelola yang baik dan berkelanjutan sangat mendukung upaya pemerintah dalam memastikan perlindungan bagi semua pihak, termasuk aktivis lingkungan, yang berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Peraturan Menteri KLHK No. 10 Tahun 2024 tentang perlindungan hukum bagi aktivis lingkungan dianggap STM sebagai langkah positif untuk menjamin ruang gerak yang aman bagi mereka yang peduli kepada lingkungan hidup.

Namun, sebagaimana diatur dalam sistem hukum Indonesia, setiap peraturan Menteri harus tetap sejalan dengan undang-undang yang lebih tinggi. Dalam konteks ini, jika ada tindakan yang dilakukan oleh aktivis lingkungan namun bertentangan dengan ketentuan hukum pidana, perdata, atau undang-undang lain yang berlaku, maka hukum tetap harus ditegakkan secara adil dan proporsional. Peraturan ini bukan berarti memberikan kekebalan hukum kepada aktivis lingkungan, tetapi lebih kepada melindungi mereka dari tindakan intimidasi, kekerasan, atau kriminalisasi yang tidak berdasar.

Pandangan STM terhadap peraturan ini adalah pentingnya keseimbangan antara melindungi hak-hak para aktivis lingkungan dan memastikan penegakan hukum yang adil untuk semua pihak. Dalam operasionalnya, STM juga menekankan pentingnya dialog konstruktif dan transparansi dengan semua pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal dan aktivis lingkungan, untuk menghindari potensi konflik dan membangun hubungan yang saling menghormati.

Sebagai langkah awal, STM telah mengedepankan penerapan Good Mining Practice (GMP) sebagai pilar utama operasional. Perusahaan melakukan kajian mendalam terhadap regulasi baru ini untuk memahami implikasi hukumnya terhadap kebijakan dan operasional perusahaan, termasuk mengkonsultasikannya dengan tim hukum internal maupun eksternal untuk memastikan interpretasi yang tepat terhadap aturan Permen KLHK No. 10 Tahun 2024. Meski secara umum kebijakan internal STM termasuk kode etik dan prinsip integritas telah sejalan dengan peraturan ini, Manajemen senantiasa mengingatkan tim akan tanggung jawab perusahaan atas lingkungan dan sosial dimana perusahaan beroperasi. Selain itu, STM juga mengadakan pelatihan dan sosialisasi mengenai regulasi baru ini dan mengembangkan sistem pelaporan pelanggaran yang telah dimiliki (*whistleblower system*) yang memungkinkan pelaporan pelanggaran tanpa rasa takut akan diintimidasi, termasuk

juga pelaporan pelanggaran terkait hak-hak aktivis lingkungan. Dengan pendekatan ini, STM tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah, tetapi juga membangun reputasi sebagai mitra atau perusahaan yang bertanggung jawab dan terpercaya bagi semua pemangku kepentingan.

STM memandang regulasi ini sebagai peluang emas untuk memperat hubungan dengan komunitas lokal, dan aktivis lingkungan dengan menciptakan ruang dialog yang lebih kondusif. Salah satu inisiatif yang telah dijalankan oleh STM adalah menyusun strategi komunikasi yang lebih inklusif dan memberikan informasi yang transparan terkait aktivitas operasional yang berdampak pada lingkungan. Namun, STM juga menegaskan pentingnya memastikan bahwa regulasi ini tidak disalahgunakan untuk menekan perusahaan atau menghambat aktivitas bisnis yang telah mematuhi hukum dan prinsip keberlanjutan. Dialog yang produktif harus tetap berada pada kerangka yang hukum dan etika yang berintegritas. Selanjutnya langkah strategis yang dilakukan perusahaan adalah membentuk tim khusus atau menunjuk pihak yang bertanggung jawab untuk memantau kepatuhan perusahaan terhadap regulasi baru ini.

Dalam konteks implementasi regulasi ini, STM menghadapi tantangan yang signifikan terkait isu-isu kerusakan lingkungan seperti dampak negatif operasional terhadap ekosistem termasuk deforestasi, pencemaran air atau tanah dan penanganan limbah. Sedangkan di sisi lain, isu sosial yang menasar STM mencakup ketidakpuasan masyarakat terkait alokasi lapangan kerja local, kontribusi ekonomi perusahaan dalam peningkatan pemasukan daerah atau manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar, serta tuduhan praktik bisnis yang tidak transparan. Narasi-narasi ini seringkali diperkuat oleh LSM, media, dan aktivis lingkungan yang membentuk persepsi publik atas STM.

Menghadapi kompleksitas tersebut, STM mengadopsi pendekatan strategis untuk mendeteksi dan mengelola potensi isu sebelum berkembang menjadi krisis. Pendekatan ini mencerminkan prinsip manajemen isu proaktif yang menekankan pentingnya deteksi dini melalui pemantauan media massa dan media sosial. STM memanfaatkan teknologi analitik untuk mengidentifikasi narasi negatif dan memahami tren percakapan terkait STM baik di tingkat lokal maupun nasional. Upaya ini tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi risiko tetapi juga mengintervensi narasi yang berpotensi merugikan sebelum isu tersebut berkembang menjadi krisis.

Selain itu, keterlibatan pemangku kepentingan menjadi inti dari strategi STM. Melalui konsultasi rutin dengan pemerintah daerah, komunitas lokal, LSM, serta tokoh masyarakat, STM tidak hanya mendengar kekhawatiran pihak eksternal tetapi juga membangun hubungan yang inklusif dan dialogis. Forum diskusi kelompok dan pertemuan berkala menciptakan ruang dialog yang mendorong partisipasi aktif dari berbagai pihak, sekaligus memastikan bahwa keputusan operasional perusahaan sejalan dengan harapan masyarakat. Pendekatan ini menggarisbawahi pentingnya interaksi sosial dalam membangun pemahaman bersama yang menjadi landasan bagi solusi berkelanjutan.

Sebagai bagian dari upaya manajemen isu, STM juga melakukan audit lingkungan dan sosial secara berkala. Audit ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kewajiban sebagai pemegang ijin Eksplorasi, tetapi juga menjadi alat untuk mengidentifikasi area operasional yang berpotensi memunculkan isu. Hasil audit kemudian digunakan untuk menyusun langkah mitigasi yang relevan. Mekanisme pengaduan masyarakat juga dioperasikan sebagai sarana deteksi isu dan pengumpulan masukan dari masyarakat. Hal

ini menunjukkan bahwa STM berupaya mengintegrasikan umpan balik masyarakat ke dalam proses pengambilan keputusan, meskipun masih terdapat ruang untuk optimalisasi dalam penerapannya.

Kolaborasi STM dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, LSM, dan pihak ketiga yang memiliki keahlian spesifik, menjadi komponen penting dalam pendekatan perusahaan. Contohnya, STM bekerjasama dengan Bappeda untuk memastikan program pemberdayaan masyarakat selaras dengan kebutuhan komunitas lokal. Selain itu, Program Partisipasi Desa dimana masyarakat terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan program pembangunan. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan rasa memiliki di kalangan masyarakat, tetapi juga memastikan bahwa program yang dijalankan relevan dengan konteks lokal. Tantangan terbesar STM adalah memastikan bahwa narasi positif yang dibangun melalui berbagai inisiatif dapat diterima dan diinternalisasi oleh masyarakat. Meskipun perusahaan telah memanfaatkan media digital untuk menyebarkan informasi dan membuka ruang interaksi, efektivitas kanal komunikasi ini dalam menciptakan keterlibatan dua arah masih perlu ditingkatkan. Dalam konteks ini, penguatan komunikasi humanis dan pengintegrasian masukan masyarakat secara lebih terstruktur akan menjadi kunci keberhasilan strategi manajemen isu dan reputasi STM.

STM memahami bahwa mencegah lebih baik daripada mengobati. Karena aktivitas perusahaan pasti mempengaruhi aktivitas masyarakat dan sebaliknya masyarakat sebagai bagian dari lingkungan sosial pasti akan mempengaruhi aktivitas STM. Sehingga strategi komunikasi yang diimplementasikan adalah mengantisipasi krisis dengan pemantauan proaktif sebagai antisipasi sebelum terjadinya krisis. Saat isu berhasil dikelola dengan baik, maka isu tidak akan berkembang menjadi krisis. Implementasi teknologi pemantauan berbasis data membantu perusahaan dalam mendeteksi potensi konflik secara dini, sehingga langkah mitigasi dapat segera dilakukan. Dengan mengimplementasikan media monitoring, perusahaan dapat mengidentifikasi potensi isu sebelum berkembang menjadi krisis. Sistem ini memungkinkan pengawasan ketat terhadap opini publik, laporan media, dan dinamika sosial di sekitar area operasional STM. Melalui pendekatan ini, STM terus berada selangkah di depan, memastikan bahwa setiap isu ditangani dengan cepat dan strategis. Temuan ini juga dapat memperkaya model *Crisis Communication Theory* (Coombs & Holladay, 2023) terutama dalam pendekatan *Stealing Thunder*, dimana perusahaan dapat mengurangi dampak krisis dengan lebih dulu mengungkapkan informasi yang sensitive sebelum isu berkembang. Dalam konteks STM, strategi manajemen isu yang proaktif melalui keterlibatan aktif dengan masyarakat dan aktivis lingkungan dapat memperkuat model ini dengan menambahkan aspek regulasi sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi krisis. Regulasi baru ini memaksa perusahaan untuk lebih responsive dalam menyediakan data dan klarifikasi atas setiap tuduhan pencemaran lingkungan, yang pada akhirnya dapat membentuk mekanisme mitigasi krisis yang lebih efektif.

3.2. Manajemen Reputasi Perusahaan dalam Konteks Regulasi Perlindungan Aktivis Lingkungan

STM memiliki tim khusus yang dibentuk untuk fokus dalam penanganan isu-isu lingkungan dan sosial, serta bertindak sebagai penghubung antara perusahaan dengan masyarakat terdampak. Tim khusus ini terdiri dari beberapa departemen yang bekerja

secara sinergis, diantaranya adalah: a. Tim *Corporate Communications*, yang bertugas menangani komunikasi publik melalui berbagai platform komunikasi; b. Tim *Community Relations*, yang berfokus pada hubungan dengan komunitas lokal; c. Tim *Government Relations*, memastikan kepatuhan regulasi dan membina hubungan baik dengan pemerintah; d. Tim *Sustainability* mengelola kepatuhan terhadap aspek lingkungan. Tim khusus ini berperan penting dalam mengelola isu lintas sektor secara efektif.

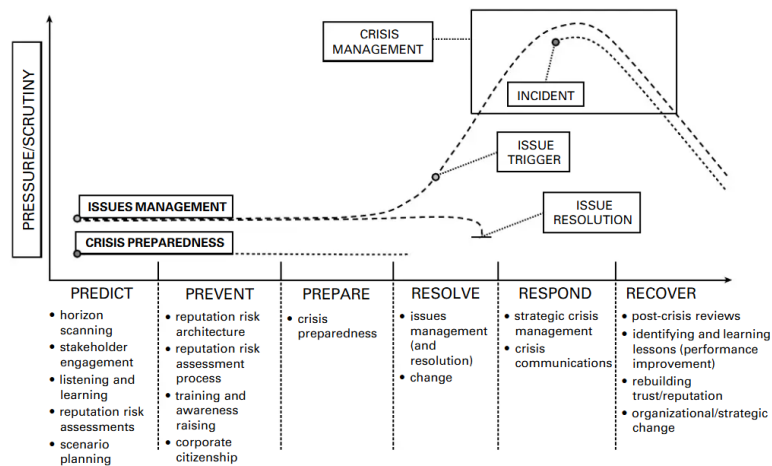
Regulasi perlindungan aktivis lingkungan tidak secara langsung mengubah komitmen STM dalam membangun dan mempertahankan reputasinya di mata publik. Hal ini disebabkan oleh penerapan prinsip komunikasi korporat yang sudah mapan di STM. Dengan atau tanpa regulasi tersebut, STM terus berupaya menjaga reputasi melalui praktik transparansi, tanggung jawab sosial dan lingkungan serta kepatuhan terhadap hukum. Sebaliknya, regulasi ini menjadi peluang strategis bagi STM untuk menegaskan komitmennya terhadap perlindungan hak-hak aktivis lingkungan. Melalui implementasi regulasi ini, STM dapat memperkuat dialog konstruktif dengan pemangku kepentingan, sekaligus memposisikan diri sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap isu-isu lingkungan dan sosial.

Langkah-langkah dalam menunjukkan komitmen STM terhadap perlindungan lingkungan dan aktivis adalah secara aktif mempublikasikan berbagai materi komunikasi yang menggambarkan implementasi praktik keberlanjutan dan pencapaian perusahaan dalam perlindungan lingkungan. Materi tersebut didistribusikan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, publikasi internal perusahaan, laporan tahunan, dan kegiatan sosialisasi. Pendekatan ini dirancang untuk memastikan transparansi dan tanggung jawab perusahaan dapat diterima serta dipahami oleh seluruh pemangku kepentingan, baik masyarakat umum maupun mitra bisnis STM. Bukti penghargaan yang diterima oleh STM seperti ISDA dan pengakuan dari International Association of Business Communicator (IABC) (Ferdiansyah, 2024) merupakan bentuk apresiasi dari pihak ketiga atas kinerja komunikasi perusahaan. Namun, penghargaan tersebut bukanlah tujuan utama strategi komunikasi STM. Fokus utama tetap pada penciptaan dampak yang berkelanjutan bagi pemangku kepentingan.

Dalam hal penanganan tuduhan atau laporan negatif dari Aktivis Lingkungan maupun dari Media, STM melakukan pendekatan dualistik yang mengombinasikan strategi proaktif dan reaktif. Untuk strategi proaktif, STM membangun komunikasi yang terbuka melalui program-program yang melibatkan masyarakat dan mitra eksternal guna mengantisipasi isu-isu lingkungan yang mungkin akan bergulir menjadi konflik. Sementara itu, ketika isu atau tuduhan negatif muncul maka secara reaktif STM akan memberikan klarifikasi dengan menyediakan data yang akurat dan, jika diperlukan, mengambil langkah korektif untuk menjaga kepercayaan dan reputasi perusahaan. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap potensi isu dapat ditangani secara efektif, sehingga dampak negatif terhadap citra perusahaan dapat diminimalisasi.

Penghargaan komunikasi yang diterima oleh STM memberikan validasi eksternal atas keberhasilan perusahaan, sekaligus menjadi motivasi untuk terus meningkatkan kinerja. Dengan adanya pengakuan dari lembaga kompeten, citra positif STM semakin diperkuat yang pada akhirnya membantu memperkuat kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Dalam bukunya *Crisis, Issues and Reputation Management* (Griffin, 2014), Andrew Griffin memaparkan bahwa manajemen isu adalah upaya strategis untuk mengidentifikasi, memitigasi, dan mengelola risiko reputasi yang dapat muncul sepanjang siklus kehidupan isu yang diperjelas pada Gambar 1. Pada Bab 9, “Managing Reputation Risk Through the Life Cycle”, Griffin menekankan pentingnya pendekatan proaktif dalam mengelola isu-isu yang berpotensi akan berdampak pada reputasi perusahaan. Pendekatan ini relevan dalam konteks implementasi Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Permen LHK) No. 10 Tahun 2024, khususnya pada strategi komunikasi STM yang berfokus pada kolaborasi untuk berkelanjutan.



Gambar 1. *The risk life cycle*

Regulasi ini mengatur perlindungan terhadap aktivis lingkungan dari tuntutan hukum, yang mencakup prinsip transparansi, empati, dan keterlibatan aktif masyarakat terhadap isu lindung lingkungan. Implementasi regulasi ini mendorong perusahaan tambang seperti STM untuk mengadaptasi pendekatan komunikasi yang tidak hanya mematuhi regulasi, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat. Dalam hal ini, teori Griffin membantu memahami bagaimana isu yang berkaitan dengan perlindungan lingkungan dan keberlanjutan dapat dikelola secara strategis untuk mengurangi risiko reputasi.

Griffin menjelaskan bahwa langkah pertama dalam manajemen isu adalah mengidentifikasi isu-isu potensial yang relevan dengan kegiatan operasional perusahaan. Dalam konteks STM, pembentukan tim khusus untuk memantau isu-isu utama mencakup lindung lingkungan, pemberdayaan masyarakat dan hubungan dengan para pembela atau aktivis lingkungan mencerminkan langkah proaktif deteksi dini isu. Dengan menggunakan regulasi yang baru terbit ini sebagai acuan, STM dapat memetakan potensi isu atau konflik atau resistensi dari masyarakat setempat yang merasa lingkungannya terancam. Setelah isu teridentifikasi, langkah berikutnya adalah menganalisis dampak dan menentukan prioritas. Griffin menekankan bahwa reputasi perusahaan dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan menunjukkan respons yang empatik terhadap isu-isu sosial. STM telah menerapkan strategi komunikasi berbasis empati melalui tiga inisiatif utama, yaitu: program lindung lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan hotline aduan masyarakat. Ketiga program ini dirancang untuk memperlihatkan komitmen STM terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Pada tahapan selanjutnya, yaitu tahapan tindakan dan kolaborasi, Griffin mendorong perusahaan untuk mengadopsi pendekatan kolaboratif. STM, misalnya, bekerja sama dengan masyarakat setempat, pemerintah daerah dan organisasi nirlaba untuk mengembangkan program perlindungan lingkungan yang berkelanjutan seperti penanaman pohon di area bekas pengeboran, pertanian organik, pengelolaan sampah dan limbah rumah tangga, serta membangun jamban di setiap rumah masyarakat di kecamatan Hu'u. Dalam program pemberdayaan masyarakat, STM melibatkan masyarakat untuk turut serta aktif dalam kegiatan ekonomi berbasis sumber daya lokal yaitu pengembangan produk laut seperti abon ikan tuna yang merupakan produk UMKM binaan STM, sehingga menciptakan rasa kepemilikan dan kepercayaan terhadap perusahaan. Sementara itu, layanan aduan masyarakat telah menjadi saluran komunikasi dua arah yang transparan dan responsif. Langkah ini sejalan dengan prinsip Griffin bahwa dialog terbuka dapat mencegah eskalasi isu menjadi krisis yang merusak reputasi.

Tahapan terakhir dalam manajemen isu adalah evaluasi. STM telah membentuk tim khusus untuk memantau kepatuhan STM terhadap regulasi ini serta melakukan evaluasi rutin untuk memastikan kebijakan internal perusahaan tetap relevan dan sesuai dengan perkembangan regulasi baru serta kondisi di lapangan. Selain itu, STM dianggap telah berhasil membangun komunikasi yang humanis dalam membangun citra positifnya. Hal ini dapat dilihat dari berbagai unggahan STM di kanal komunikasi media digitalnya yang mendapatkan pengakuan melalui penghargaan *International Association Business Communicators (IABC) Indonesia Awards 2024*. Penghargaan ini menunjukkan efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan oleh STM.

Tantangan terbesar yang dimiliki STM adalah keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, terutama di masa eksplorasi, yang dapat mempengaruhi kelancaran implementasi regulasi tersebut. Selain itu, ekspektasi masyarakat dan aktivis sering kali tinggi dan sulit untuk dipenuhi sepenuhnya, seperti pembangunan fasilitas publik dengan biaya yang sangat besar, yang mungkin melebihi kapasitas perusahaan. Oleh karena itu, STM berkomitmen untuk menjaga keseimbangan antara kepatuhan terhadap regulasi dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban secara wajar dan sesuai dengan kapasitas yang ada.

Strategi manajemen isu yang diterapkan oleh STM dalam merespons implementasi regulasi perlindungan aktivis lingkungan dapat menjadi referensi bagi perusahaan tambang lain di Indonesia dalam membangun pendekatan yang berkelanjutan berbasis strategi komunikasi terbuka yang berpengaruh pada reputasi perusahaan. Salah satu langkah utama yang dapat diterapkan adalah penguatan transparansi melalui publikasi berbagai inisiatif keberlanjutan atau lindung lingkungan serta keterlibatan aktif dengan para pemangku kepentingan. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai langkah-langkah perlindungan lingkungan serta berkolaborasi dengan masyarakat, perusahaan dapat mengurangi potensi misinformasi dan meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, pendekatan komunikasi yang proaktif dalam menjelaskan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi dapat membantu perusahaan untuk mengelola ekspektasi publik dan pemerintah dengan lebih efektif.

Selain transparansi, perusahaan tambang lain juga dapat mengadopsi strategi responsif STM dalam menangani isu-isu negatif dengan pendekatan berbasis data dan langkah korektif yang cepat. Dengan memiliki sistem pemantauan isu serta tim komunikasi

yang responsif, perusahaan dapat segera mengklarifikasi tuduhan yang muncul terhadap pencemaran atau kerusakan lingkungan serta mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Pendekatan ini tidak hanya menjaga stabilitas reputasi perusahaan tetapi juga menunjukkan komitmen nyata dalam mendukung kebijakan lingkungan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Dengan menerapkan strategi yang memadukan transparansi, kolaborasi, dan keterlibatan aktif, STM telah menunjukkan komitmen untuk menjaga keseimbangan antara keberlanjutan lingkungan dan sosial. Selain itu pendekatan ini dipercaya dapat membangun citra perusahaan sebagai perusahaan tambang yang bertanggung jawab dan proaktif dalam mendukung keberlanjutan industri pertambangan di Indonesia.

Selain memperkaya teori komunikasi dan manajemen isu, temuan atas penelitian ini memberikan wawasan bagi literatur mengenai studi kebijakan korporasi dalam industri pertambangan. Sebelumnya, banyak penelitian yang membahas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam konteks pertambangan, tetapi masih terbatas yang mengkaji bagaimana regulasi spesifik terkait perlindungan aktivis lingkungan dapat mempengaruhi strategi reputasi dan legitimasi perusahaan. Dengan adanya studi kasus di STM, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kerangka kerja baru yang mengintegrasikan aspek hukum, reputasi, dan komunikasi strategi dalam industri yang memiliki dampak lingkungan signifikan.

Namun penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, Pertama, analisis strategi manajemen isu STM dalam konteks regulasi perlindungan aktivis lingkungan masih bersifat spesifik terhadap satu perusahaan dan belum mempertimbangkan variasi praktik yang diterapkan oleh perusahaan tambang lainnya di Indonesia. Oleh karena itu, generalisasi hasil ini untuk seluruh industri pertambangan perlu dilakukan dengan mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual seperti ukuran perusahaan, lokasi operasi perusahaan, dan dinamika hubungan dengan pemangku kepentingan. Kedua, penelitian ini lebih berfokus pada strategi komunikasi korporat dan belum mendalami aspek implementasi teknis dalam kebijakan operasional perusahaan terkait regulasi ini. Faktor-faktor seperti efektivitas mekanisme pengaduan, evaluasi dampak lingkungan, serta keterlibatan langsung dengan komunitas aktivis lingkungan masih memerlukan kajian lebih lanjut untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian mendatang dapat memperluas cakupan analisis dengan pendekatan empiris, termasuk studi kasus dari beberapa perusahaan tambang lain guna memberikan perspektif yang lebih luas terhadap penerapan strategi manajemen isu dalam industri pertambangan.

Kesimpulan

Penerapan strategi manajemen isu dan reputasi STM atas implementasi Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. 10 Tahun 2024 tentang perlindungan aktivis lingkungan menunjukkan pendekatan yang adaptif dan berbasis transparansi. Strategi ini memberikan dasar bagi perusahaan tambang lain untuk menavigasi tantangan regulasi melalui penerapan komunikasi proaktif, transparansi, dan kolaboratif dalam mengatasi isu-isu lingkungan dan sosial dengan para pemangku kepentingan. Dengan membentuk tim khusus yang menangani aspek komunikasi korporat, hubungan masyarakat, hubungan pemerintah dan lingkungan berkelanjutan, STM menunjukkan kemampuan untuk

mengelola risiko pada reputasi perusahaan secara komprehensif. Transparansi melalui audit berkala, sistem pengaduan masyarakat, dan pelaporan keberlanjutan juga menjadi landasan kuat dalam membangun kepercayaan pemangku kepentingan.

Strategi manajemen isu yang diterapkan oleh STM telah mencerminkan prinsip-prinsip manajemen isu yang efektif, tetapi optimalisasi pada aspek komunikasi digital dalam penggunaan teknologi masih diperlukan, seperti sistem manajemen risiko digital dan platform komunikasi berbasis daring dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi dengan masyarakat sehingga struktur integrasi masukan masyarakat dapat diterima dan memberikan dampak yang lebih luas lagi. Studi lanjutan diperlukan untuk dapat mengeksplorasi bagaimana strategi berbasis teknologi dapat lebih mendukung konstruksi reputasi yang berkelanjutan di era regulasi pertambangan yang semakin kompleks.

Keterbatasan utama penulisan ini adalah adanya keterbatasan kajian terhadap implementasi regulasi ini di berbagai perusahaan tambang yang memiliki karakteristik operasi yang berbeda. Pendekatan STM yang menitikberatkan pada komunikasi publik dan transparansi belum tentu dapat diterapkan secara seragam oleh perusahaan lain yang memiliki tingkat keterlibatan dengan aktivis lingkungan dan karakteristik masyarakat yang berbeda. Selain itu, penelitian ini belum mengelaborasi bagaimana perusahaan secara teknis memastikan keseimbangan antara kepatuhan terhadap regulasi perlindungan aktivis lingkungan dan perlindungan terhadap kepentingan bisnis, terutama dalam situasi dimana kegiatan protes aktivis lingkungan dapat berdampak pada stabilitas operasional perusahaan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung hingga selesainya penulisan ini, terutama untuk Principal Corporate Communication PT Sumbawa Timur Mining, Cindy Elza dan dosen pembimbing mata kuliah program studi Manajemen Komunikasi Reputasi dan Krisis, Ibu Dr. Dyah Rachmawati Sugiyanto.

Daftar Pustaka

- Bayu Anggriyani & Ramadhan, Alvian Jelang. (2023). Strategi Penanganan Krisis dalam Kajian Corporate Communication (Studi Kasus Manajemen Krisis Program Marsipature pada Perusahaan Tambang di Sumatera Utara). *COMENTATE*, 4(1), 12.
- Belseran, C. (2024, September 5). Protes Bencana Dampak Nikel Berujung Jerat Hukum Aktivis Perempuan. *Mongabay*. <https://www.mongabay.co.id/2024/09/05/protes-bencana-dampak-nikel-berujung-jerat-hukum-aktivis-perempuan/>
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2023). *The Handbook of Crisis Communication* (2nd ed.). John Wiley & Sons Ltd. <https://lcn.loc.gov/2022037813>
- Fada, M. F. (2023). Manajemen Krisis Kehumasan: Strategi Efektif dalam Menghadapi Tantangan Reputasi Perusahaan. *Universitas Islam Negeri Wali Songo, June 2023*.
- Fadhilah, N. I. (2024, April 4). Aktivis Lingkungan Karimunjawa divonis Tujuh Bulan Penjara. *BBC Indonesia*. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/ce7xr9k93gro>
- Ferdiansyah, B. (2024, Desember 15). Sumbawa Timur Mining raih penghargaan IABC dukung pekerja perempuan. *Antara News*.
- Griffin, A. (2014). *Crisis, issues and reputation management*. Kogan Page.

-
- Gunawan, L. S. (2023). *Konflik Pertambangan di Indonesia: Studi Kasus Tambang Emas Martabe dan Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dan Penegakan Hukum dalam Industri Pertambangan*. 7.
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management (Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif)* (2 ed.). Kencana.
- Kusna, S. (2023). Analisis Manajemen Krisis dan Manajemen Isu PT Sariwangi Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan. *Universitas Islam Negeri Wali Songo*.
- Kusumajaya, F., & Hibatulloh, M. N. (2023). Manajemen Komunikasi Reputasi dan Krisis di PT Gunbuster Nickel Industry. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(3), 561–570.
- Lampe, I. (2021). Isu-isu Industrialisasi nikel dan pengelolaan komunikasi korporat di kawasan industri Morowali. *Profesi Humas*, 6(1), 22.
- Nugraha, G. I. K. (t.t.). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT Antam, Tbk (Studi Literatur Aspek Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan). *Universitas Merdeka*, 2014.
- Permana, R. (2016). Strategi Manajemen Isu dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Pada Departemen Policy, Government, and Public Affairs Rumbai PT. Chevron Pacific Indonesia). *FISIP Universitas Riau*, 3(1), 11.
- Rampalimbo, H. C., Hadi, I. P., & Vidyarini, T. N. (2021). *Citra PT. Freeport Pasca Kasus PHK Massal Pada Pemberitaan di Media Online Tempo.co dan CNNIndonesia.com Tahun 2019*. 9.
- Salimah, R., Mujab, S., & Hafhisyah, S. (2025). Strategi Komunikasi Krisis Sritex dalam Menghadapi Kebangkrutan Akibat Kelalaian Pembayaran Utang. *Universitas Bhayangkara Jakarta*, 2(3), 8. <https://doi.org/10.62017/arima.v2i3.3302>
- Saraswati, N. A., & Juliadi, R. (2023). Public Relations Strategy in Issue Management Customer Service at iBOX Indonesia Outlets. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 11(1), 24–38. <https://doi.org/10.46806/jkb.v11i1.986>
- Sari, W. P., Putriana, M., Firdaus, R., & Wihadi, A. (2024). *Pengelolaan Krisis Public Relations* (1 ed.). Wawasan Ilmu. <https://wawasanilmu.co.id/>
- Setya, A. A. D., Mujab, S., & Agatha, D. A. (2025). Strategi Komunikasi Krisis dalam Menghadapi Gulung Tikarnya Bank Perkreditan Rakyat di Indonesia Tahun 2024 Akibat Likuiditas Rendah. *Arima Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(3), 9.
- Sudirman, I., & Ningrum, D. (2022). Dampak Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance Terhadap Reputasi Perusahaan Pertambangan di Indonesia. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 19(3), 335–342.
- Widijanta, T. P. (2023). *Strategi Public Relations PT. Adaro Indonesia dalam Mempertahankan Citra Positif Perusahaan*. 7.
- Yustien, R., & Mirdah, A. (2020). Penerapan CSR, Corporate Governance, Komitmen Manajemen dan Etika Bisnis terhadap Reputasi Organisasi pada Perusahaan PT Pertamina di Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Jambi*, 5(1), 12.

CC BY-SA 4.0 (Attribution-ShareAlike 4.0 International).

This license allows users to share and adapt an article, even commercially, as long as appropriate credit is given and the distribution of derivative works is under the same license as the original. That is, this license lets others copy, distribute, modify and reproduce the Article, provided the original source and Authors are credited under the same license as the original.

