

STRATEGI MANAJEMEN KRISIS HUMAS PEMKAB SIDOARJO DALAM MEMPERBAIKI CITRA KABUPATEN SIDOARJO (STUDI KASUS PADA TREN KASUS KORUPSI EKS BUPATI SIDOARJO)

¹Inge Dyah Palupi, ²Muchamad Rizqi, ³Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
ingedyah02@gmail.com

Abstrak

Dalam upaya meningkatkan rasa kepercayaan publik terkait transparansi penggunaan dana terutama dalam instansi pemerintahan, kegiatan manajemen krisis perlu dilakukan oleh seorang *Public Relation*. Instansi harus dapat mempertahankan citra positifnya, sehingga publik dapat terus menaruh rasa percayanya. Di era yang juga semakin berkembang dengan pesat ini, media sosial menjadi sebuah alat yang dapat dengan cepat membuat hingga menyebarkan berita, baik berita baik maupun sebuah issue miring. Instagram menjadi salah satu media sosial yang dimiliki oleh tiap-tiap instansi guna menyebarkan informasi terbaru kepada publik. Dengan demikian, akun-akun tersebut juga memegang kendali atas citra yang sedang dibentuknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis studi kasus. Pemilihan metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi hingga menganalisis bagaimana strategi manajemen krisis yang dilakukan Humas dalam memperbaiki citra daerah pasca terulangnya kasus korupsi. Mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi yang harus dilakukan.

Kata kunci: Manajemen Krisis, Image Restoration, Humas, Citra

Abstract

In an effort to increase public trust regarding the transparency of the use of funds, especially in government agencies, crisis management activities need to be carried out by a Public Relations. Agencies must be able to maintain their positive image, so that the public can continue to put their trust. In this era that is also growing rapidly, social media has become a tool that can quickly make and spread news, both good news and an oblique issue. Instagram is one of the social media owned by each agency to disseminate the latest information to the public. Thus, these accounts also control the image they are building. This study uses a qualitative approach with case study analysis techniques. The selection of this method aims to identify and analyze how the crisis management strategy carried out by Public Relations in improving the regional image after the recurrence of corruption cases. Starting from the planning stage, implementation, to the evaluation that must be carried out.

Keywords: Crisis Management, Image Restoration, Public Relations, Image

Pendahuluan

Kabupaten Sidoarjo kembali menuai perhatian publik pada awal tahun 2024 lalu. Untuk yang ke-tiga kalinya, Sidoarjo harus menjalankan pemerintahannya secara auto-pilot untuk sementara waktu. Hal ini disebabkan karena kembali terulangnya kasus korupsi yang melibatkan mantan Bupati Sidoarjo Ahmad Mudhlor Ali atau yang kerap disapa sebagai Gus Mudhlor. Kasus korupsi yang dilakukan oleh eks Bupati Sidoarjo pertama kali bermula pada tahun 2005. Pada pemerintahan Win Hendarso, tersandung dugaan korupsi terhadap uang kas daerah senilai Rp 2 Milliar. Win Hendarso diberikan vonis berupa 5 tahun penjara dengan denda Rp 200 juta atau subsider enam bulan kurungan. Selain itu, Win juga diharuskan untuk mengembalikan aset negara yakni uang tunai sebesar Rp 2 Milliar rupiah.

Kasus kedua ialah kasus yang menimpa Saiful Illah. Di akhir masa jabatannya, Gus Ipul terbukti menjadi tersangka atas kasus suap senilai Rp 600 juta rupiah dari proyek PUPR. Vonis 3 tahun penjara dijatuhkan kepada Gus Ipul. Namun, lama hukuman dikurang setelah pengajuan banding diterima dan resmi bebas dari penjara pada bulan januari 2022. Selang satu tahun pasca kebebasannya, Gus Ipul kembali berurusan dengan KPK yang mengakibatkan dirinya kembali ditahan pada 7 Maret 2023 dengan dugaan kasus suap gratifikasi. Gus Ipul diduga menerima bentuk gratifikasi tersebut berupa uang tunai, logam mulia, jam tangan, hingga barang mewah lainnya dengan jumlah kisaran sebesar Rp 15 Milliar rupiah.

Ahmad Mudhlor Ali menjadi eks Bupati Sidoarjo ke-tiga yang juga terjerat kasus hukum ini. Mulanya, Gus Mudhlor tertangkap Operasi Tangkap Tangan (OTT) yang dilakukan oleh KPK pada akhir Januari tahun 2024 lalu. Penangkapan ini disebabkan adanya dugaan pemotongan insentif yang dilakukan oleh GM terhadap Pegawai ASN di lingkup Badan Pelayanan Pajak Daerah (BPPD) Kabupaten Sidoarjo. Dugaan kasus pemotongan insentif ini tidak hanya melibatkan Gus Mudhlor saja. Siskawati (Kasubag Umum dan Kepegawaian BPPD) dan Ari Suryono (Kepala BPPD) juga turut terseret akibat kasus ini. Dari kasus ini, setidaknya Rp 2,7 Milliar diduga telah dikumpulkan dari hasil pemotongan insentif ASN.

Sebagai Upaya pemulihan citra negatif yang sedang dihadapi, perlu adanya strategi yang tepat dari seorang *Public Relations* guna kembali memperbaiki citra instansi di mata publik. Seorang PR juga dituntut untuk memiliki skill dalam mendekripsi, menghadapi, dan melakukan peninjauan kembali untuk menangani sebuah krisis yang sedang terjadi. Strategi untuk memulihkan citra positif merupakan tantangan terberat yang

harus dilakukan seorang *Public Relations* (Faustyna & Rudianto, 2022). Citra merupakan sebuah fakta. Maka, komunikasi yang tercipta antara instansi dan publik harus mencerminkan realitanya. Jika dalam penyampaiannya tidak ditemukan adanya kesesuaian dengan kenyataannya, maka kondisi realita yang sedang dialami oleh sebuah instansi akan semakin tersedot. Citra positif secara tidak langsung akan terbentuk jika sebuah instansi dapat mempertahankan kepercayaan masyarakat (Mulyadi, 2018).

Krisis Public Relations merupakan sebuah peristiwa yang berpotensi membawa dampak negatif terhadap citra sebuah perusahaan. Krisis tak hanya menimpa pada sebuah perusahaan dengan skala besar saja, akan tetapi krisis juga dapat menyerang organisasi dengan skala besar maupun kecil sewaktu-waktu. Maka dari itu, penting untuk *Public Relation* dapat memiliki kepekaan yang tinggi untuk dapat mendeteksi hingga menghadapi krisis yang sedang terjadi. Menurut Firsan Nova dikutip dari (Purwaning, n.d.), krisis disebabkan karena hal-hal seperti bencana alam, kecelakaan industri, hasil produk yang tidak layak, persepsi politik, adanya hubungan nkerja yang tidak harmonis, kesalahan menentukan strategi bisnis, aksi kriminalitas, persaingan bisnis, hingga krisi yang paling ditakuti ialah krisis keuangan yang dapat menyebabkan Perusahaan gulung tikar.

Menurut Combs & Benoit (2010 & 2005) dikutip dari (Kriyantono, 2014) sebuah teori Apologia adalah landasan teori yang pada akhirnya disempurnakan menjadi teori baru dan terciptalah sebuah teori bernama *Image Restoration* dengan menggunakan retorika sebagai metode pendekatannya. Penggagasan teori ini dilakukan oleh Benoit pada tahun 1995. Teori ini juga merupakan sebuah pecahan dari beberapa teori, seperti manajemen citra, issue, krisis. Pengaplikasiannya juga dapat digunakan oleh organisasi, perusahaan, pemerintahan yang sedang diterpa berita miring. Terdapat lima strategi dalam teori ini, antara lain:

Denial

Strategi berupa penyangkalan atau bahkan strategi untuk menyalahkan pihak lain

Evading of Responsibility

Strategi menghindar dari tugas dan tanggungan karena tindakan yang dilakukannya dan bertujuan untuk mengurangi konsekuensi atas perbuatannya.

Reducing Offensiveness of Event

Strategi yang dilakukan dengan cara pihak yang bersangkutan pantas mendapatkan keringanan hukuman

Corrective Actions

Strategi ini dilakukan menggunakan janji. maksudnya menjanjikan jika kesalahan yang telah dilakukan akan segera ditindak dan akan dilakukan evaluasi kedepannya. Dengan menggunakan janji, masyarakat akan lebih merasa percaya dan organisasi berharap citra positif dapat kembali dibangun.

Mortification

Strategi yang dilakukan adalah dengan terbuka mengakui atas kesalahan dan memohon maaf atas kejadian yang telah terjadi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut (Suardi, 2017) , deskriptif kualitatif ialah sebuah proses perolehan data yang dilakukan secara nyata dan sesuai dengan realita yang terjadi di lapangan. Metode ini dinilai lebih efisien untuk melakukan analisa dan mengetahui bagaimana strategi manajemen krisis yang digunakan oleh Humas PEMKAB Sidoarjo dalam memperbaiki citra daerah. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti mencoba untuk mengulik bagaimana strategi yang digunakan untuk kembali memperbaiki reputasi daerah.

Analisis data yang digunakan ialah studi kasus, dimana studi kasus sendiri adalah sebuah rangkaian penelitian yang menggunakan instrumen pertanyaan berupa ‘bagaimana’ dan ‘mengapa’ untuk mengetahui peristiwa yang ingin diteliti secara lebih mendalam (Dewi Nur’aini, 2020). Jenis analisis studi kasus ini bertujuan untuk mengungkapkan, memahami, dan menjelaskan sebuah kasus atau fenomena yang sedang diteliti yang pada akhirnya peneliti akan mengetahui bagaimana strategi manajemen kritis yang dilakukan Humas PEMKAB Sidoarjo dalam memperbaiki citra Kabupaten. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang didapat ialah dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Narasumber yang dipilih dalam penelitian ini ialah staff bidang Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Pemkab Sidoarjo.

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dari temuan yang ada, Prokopim tidak menggunakan strategi *Denial*. Hal ini dibuktikan dengan Pemkab Sidoarjo yang tidak melakukan strategi penyangkalan dengan adanya berita yang telah tersebar luas di masyarakat terkait dengan kasus korupsi yang dilakukan oleh Bupati kala itu kembali terulang untuk ketiga kalinya. Namun jika ditinjau secara praktiknya, ketika kasus korupsi yang kembali terjadi telah beredar dan fakta-fakta lain yang sudah diberikan dan diberitakan oleh berbagai media nasional, Prokopim menggunakan aspek denial. Strategi yang digunakan disini bukan menyangkal tentang kasus tersebut, akan tetapi memilih untuk lebih menyampaikan klarifikasi kepada masyarakat menggunakan bantuan media sosial terkait apa yang sedang terjadi. Secara tersirat, ini menjadi upaya agar persepsi masyarakat terkait kasus korupsi yang kembali terulang untuk ketigakalinya ini dapat teralihkan.

Hal ini dilakukan secara terus menerus dengan menyampaikan bahwa adanya penguatan-penguatan yang dilakukan oleh Bupati dan Wakil Bupati merupakan sebuah komitmen besar untuk mengantisipasi hal yang serupa tidak terjadi di kemudian hari. Salah satu contoh yang dilakukan ialah dengan cara melakukan penandatanganan pakta integritas oleh OPD di Sekretariat Pemda Sidoarjo, peringatan hari anti korupsi sedunia, hingga dilaksanakannya forum komitmen cegah korupsi. Strategi-strategi yang telah dilakukan ini kemudian dimuat di Instagram resmi milik @prokopimsidoarjo, @pemkabsidoarjo, @cakband1.

Evading of responsibility dalam teori *Image Restoration* yang dikemukakan oleh Combs & Benoit, merupakan strategi untuk melakukan penghindaran dari tanggung jawab untuk mengurangi konsekuensi akibat perbuatan yang telah dilakukan. Strategi ini biasanya dilakukan ketika sebuah organisasi melakukan cara agar perhatian masyarakat tak berpusat pada instansi tersebut. Caranya ialah dengan melakukan provokasi maupun mengeluarkan statement bahwa sebelumnya tidak ada niat untuk melakukan kejahatan dan situasi tidak dapat dikendalikan. Biasanya, organisasi akan menyatakan sikap bahwa terpaksa melakukan sebuah tindakan tertentu dikarenakan organisasi tersebut mendapat sebuah tekanan dari stakeholder maupun pihak eksternal lainnya (Nadila & Purworini, 2021).

Namun dalam hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, terdapat sebuah jawaban bahwa pemerintah kabupaten Sidoarjo selama ini selalu mengedepankan informasi yang bersifat satu arah yang bertujuan untuk memberikan edukasi dan informasi terkait segala hal yang telah dilakukan. Selain itu, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo juga membuka ruang komunikasi dengan masyarakat untuk menerima aspirasi dan memberikan solusi dari permasalahan yang dikeluhkan. Sehingga, dari hal ini dapat diketahui bahwa pada dasarnya Pemerintah Kabupaten Sidoarjo selalu mengedepankan prinsip keterbukaan publik.

Prokopim sebagai tim Humas Pemerintah Kabupaten Sidoarjo memilih sikap untuk tidak melakukan strategi *Evading of Responsibility* diakrenakan Pemkab lebih memilih untuk netral dan memegang teguh kebernarhan dengan menyerahkan sepenuhnya konsekuensi atas terjadinya kasus korupsi tersebut kepada pihak yang memiliki wewenang dan tidak melakukan sebuah tindakan tertentu akibat dari adanya tekanan dari pihak manapun (Mia et al., 2023).

Langkah ini merupakan strategi Prokopim untuk memperbaiki citra instansi, dengan cara melakukan kegiatan untuk membantu meringankan hukuman yang diberikan kepada tersangka. Akan tetapi, tim Prokopim lebih memilih untuk memfokuskan perhatian publik kepada berbagai kegiatan yang dilakukan Bupati maupun Wakil Bupati untuk memperbaiki citra instansi pemerintahan yang sempat menurun sebelumnya. Menurut mereka, instansi harus tetap professional, dengan cara tidak memihak sebelah antara Bupati maupun Wakil Bupati pada saat itu.

Kegiatan ini biasanya berupa sidak pembangunan infrastuktur, pemberian bantuan bagi warga Sidoarjo yang kurang mampu, sidak kelayakan fasilitas daerah, dan lain sebagainya. Artinya, piminan (Bupati dan Wakil Bupati) saat ini sedang gencar melakukan aksi turun ke lapangan untuk melakukan kegiatan yang sedang dilaksanakan dengan tujuan untuk mencoba melakukan persuasi kepada masyarakat jikalau hal yang telah terjadi sebelumnya tidak melunturkan visi dan misi Bupati-Wakil Bupati periode 2024-2029 untuk dapat kembali memperbaiki citra dan kepercayaan masyarakat khususnya Sidoarjo.

Corrective Actions berupa penggunaan janji-janji yang diberikan kepada masyarakat Sidoarjo agar kejadian korupsi tidak terulang kembali. Secara personal, strategi ini dilakukan oleh Bapak Bupati dan Ibu Wabup ketika periode kampanye sedang berlangsung. Sedangkan di Instansi Pemkab Sidoarjo memberikan aksi berupa membuka adanya komunikasi yang terjalin secara 2 arah guna melakukan evaluasi kedepannya.

Strategi disini tak hanya sekedar menggunakan janji, tapi juga adanya aksi. Hal ini dilakukan agar masyarakat lebih percaya terhadap instansi. Contohnya seperti diciptakannya saluran komunikasi baru berupa layanan aduan 112. Tujuan dibentuknya layanan ini adalah Pemkab Sidoarjo ingin masyarakatnya juga dapat menyampaikan aspirasinya kepada instansi, agar segala keluhan yang ada dapat segera ditangani secara menyeluruh.

Mortification ialah strategi berupa permohonan maaf dari Bupati maupun Wakil Bupati Sidoarjo atas kejadian yang telah berlalu. Namun, hal ini disampaikan secara pribadi oleh Pimpinan ketika bertemu dengan stakeholder maupun masyarakat. Namun, strategi ini juga berupa tindak lanjut dari adanya keluhan masyarakat. Secara tidak langsung, Bupati maupun Wakil Bupati sigap merespon aduan masyarakat untuk dapat dilakukan pembenahan.

Penutup

Pada penelitian yang dilakukan ini, penulis mencoba untuk menelisik lebih dalam tentang bagaimana strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh Humas Pemkab Sidoarjo dalam upaya pengembalian citra kabupaten Sidoarjo kembali membaik. Strategi Manajemen Krisis menjadi hal penting yang harus diimplementasikan oleh sebuah instansi maupun perusahaan yang sedang ditimpah sebuah isu negatif. Meskipun keadaan sebuah instansi sedang baik-baik saja, PR harus tetap mempersiapkan strategi apa yang akan digunakan ketika Perusahaan sedang diterpa krisis. Sebab, jika hal ini tidak segera ditangani secara cepat dan tepat, reputasi

sebuah instansi akan dipertaruhkan. Akibatnya, masyarakat akan kehilangan kepercayaan dan merasa dikecewakan.

Berdasarkan penelitian, penulis mendapat kesimpulan tentang bagaimana Strategi Manajemen Krisis Humas Pemkab Sidoarjo dalam memperbaiki Citra Kabupaten Sidoarjo. Yakni melakukan persiapan dengan cara melakukan Analisa terhadap apa yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat, sebelum nantinya disampaikan kepada pimpinan daerah. Setelahnya, terdapat aksi berupa kunjungan dari Bupati maupun Wakil Bupati guna meninjau keluhan yang disampaikan oleh masyarakat. Dalam kegiatan ini, Prokopim turut serta membuat informasi berupa konten kreatif yang dimuat di Instagram dengan tujuan menarik perhatian masyarakat dan juga membuat artikel yang dimuat di laman resmi pemerintah maupun disalurkan menggunakan bantuan media massa seperti televisi, radio, dan koran. Setelah kegiatan aksi ini berlangsung, Prokopim tetap melakukan dan monitoring terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Hal ini bertujuan untuk dapat dijadikan evaluasi untuk kedepannya Langkah apa yang harus diperbarui ataupun ditingkatkan.

Jika ditinjau dari perspektif teori, tim Prokopim menggunakan 3 dari 5 komponen teori *Image Restoration*, antara lain *Reducing Offensiveness of Event*, *Corrective Actions*, serta *Mortification*. Dengan demikian, pengaplikasian teori *Image Restoration* untuk mengidentifikasi bagaimana strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh sebuah instansi dapat memperbaiki citra instansi tersebut dapat diterapkan. Akan tetapi, seluruh tim Prokopim juga diharap untuk dapat memahami dan turut menyusun strategi apa yang harus dijalankan ketika Pemkab Sidoarjo sedang diterpa sebuah krisis.

Daftar Pustaka

- Dewi Nur'aini, R. (2020). PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU. In *92 INERSIA* (Vol. 1).
- Faustyna, & Rudianto. (2022). *Strategi Komunikasi Krisis (Dilengkapi dengan Studi Kasus dan Solusi)* (R. Ginting & P. Santoso, Eds.). UMSU PRESS.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Mia, R., Lbn Toruan, L., Napitupulu, E. E., Sibagariang, E. E., Halawa, A. P., Program,), Komunikasi, S. I., Ekonomi, F., & Sosial, I. (2023). Sosialisasi Public Relations dan Manajemen Krisis. In *Journal Abdimas Mutiara* (Vol. 4, Issue 2). <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JAM>
- Mulyadi, S. (2018). Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul. *Tadbir : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 2(2), 121. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v2i2.566>
- Nadila, S. L., & Purworini, D. (2021). STRATEGI IMAGE RESTORATION PADA PT. ALPEN FOOD INDUSTRI (ANALISIS FRAMING PADA KASUS PEKERJA PEREMPUAN YANG MENGALAMI KEGUGURAN AKIBAT TEKANAN KERJA PADA PABRIK ES KRIM AICE DALAM CNN INDONESIA). *PRecious : Public Relations Journal*, 2.
- Purwaning, M. M. (n.d.). PUBLIC RELATIONS DAN MANAJEMEN KRISIS. *Bidang Sosial*, 2, 168.
- Suardi, W. (2017). *CATATAN KECIL MENGENAI DESAIN RISET DESKRIPTIF KUALITATIF*. 2.