

Analisis Aktivitas Komunikasi Krisis TNI dalam Menyikapi Kasus Penyerangan Polsek Ciracas oleh Oknum TNI pada Tanggal 29 Agustus 2020

Analysis of Communication Activities of the TNI Crisis in Responding to the Case of Attacking the Ciracas Police by Participants of the TNI on August 29th 2020

Fithri Chaerunisa¹, Rah Utami Nugrahani²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
fithrichaerunisa.student@telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia
rutamin@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pada penerapannya, komunikasi yang efektif sekalipun tidak dapat menghindarkan suatu organisasi dari krisis. Krisis dapat terjadi akibat banyak hal, contohnya adalah timbul konflik antara dua pihak organisasi. Seperti halnya telah terjadi penyerangan Polsek Ciracas oleh Oknum TNI pada tanggal 29 Agustus 2020. Studi ini meneliti tentang aktivitas komunikasi krisis TNI dalam menyikapi kasus tersebut dilihat dari teori *Public Relations* dan Manajemen Krisis menggunakan analisis isi kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan upaya yang dilakukan oleh TNI melalui tiga tahap manajemen krisis yaitu: (1) Tahap Pra Krisis, berpedoman pada Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2013 tentang Pedoman Komunikasi Kehumasan di Lingkungan Kementerian Pertahanan dan Tentara Nasional Indonesia dan Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2013 tentang Pedoman Pengelolaan Komunikasi Krisis; (2) Tahap Krisis, menurut Combs (2010:28) melakukan strategi *tactical advice*, *strategic advice*, *corporate apologia*, dan *image repair theory*; (3) Tahap Pasca Krisis, evaluasi terhadap pengelolaan komunikasi krisis di lingkungan TNI. Aktifitas komunikasi krisis yang dilakukan oleh TNI dimulai pada tahap *pre-crisis*, menganalisis tanda-tanda krisis; tahap *warning*, melakukan rapat; tahap *acute crisis*, humas TNI mengklarifikasi berbagai pemberitaan menggunakan kegiatan konferensi pers; tahap *clean up*, TNI melakukan permintaan maaf kepada pihak yang dirugikan; tahap *post crisis*, dengan menindak tegas pelaku.

Kata kunci- komunikasi krisis, manajemen krisis, public relations

Abstract

In practice, even effective communication cannot prevent an organization from a crisis. Crises can occur due to many things, for example, a conflict arises between two organizations. For example, the attack on the Ciracas. Polsek by members of the TNI occurred on August 29th, 2020. This study examines the TNI's crisis communication activities in responding to this case from the perspective of Public Relations and Crisis Management Theory using qualitative content analysis. The results of the study indicate the efforts made by the TNI through three stages of crisis management, i.e.: (1) The Pre-Crisis Stage, guided by the Regulation of the Minister of Defense of the Republic of Indonesia Number 40 of 2013 concerning Guidelines for Public Relations Communications within the Ministry of Defense and the Indonesian National Armed Forces and the Regulation of the Minister of Defense of the Republic Indonesia Number 41 of 2013 concerning Guidelines for Crisis Communication Management; (2) The Crisis Stage, according to Combs (2010:28) carries out tactical advice strategies, strategic advice, corporate apologies, and image repair theory; (3) Post Crisis Stage, evaluating the management of crisis communication within the TNI. Crisis communication activities carried out by the TNI begin at the pre-crisis stage, analyzing signs of a crisis; warning stage, holding a meeting; the acute crisis stage, TNI public relations clarifies various reports using press conference activities; clean up stage, TNI apologizes to the aggrieved party; post crisis stage, by taking firm action against the perpetrators.

Keywords- crisis communication, crisis management, public relations

I. PENDAHULUAN

Komunikasi selalu dilakukan pada kegiatan sehari-hari. Komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator sehingga dapat diterima dan dimengerti oleh penerima (komunikan). Pada kenyataannya, penerapan komunikasi yang efektif sekalipun tidak dapat menghindarkan suatu organisasi maupun sebuah lembaga dari krisis. Krisis dapat menimpa siapapun, kapanpun dan dimanapun. Krisis bisa bermula dari lingkungan internal maupun eksternal suatu organisasi. Pada dasarnya krisis merupakan suatu kondisi yang tak terduga, artinya sebuah organisasi pada rata-rata tidak dapat memperkirakan bahwa akan muncul krisis yang dapat mengancam eksistensi organisasi itu sendiri. (Purwaningwulan:2011).

Pada zaman ini, setiap perusahaan-perusahaan besar maupun lembaga-lembaga besar akan beralih atau mencoba untuk memperdalam berbagai keahlian yang bisa melakukan suatu tindakan baik sebagai pembicara atau komunikator dan juga menjadi fasilitator yang mampu membantu setiap pihak supaya dapat mendengarkan permintaan atau aspirasi publik. Menurut Yosol Iriantara (2015:57) Public Relations dinilai sebagai suatu peran penting yang mampu menjadi penasihat dalam pengambilan keputusan dan tindakan, yang berguna dalam pemecahan krisis permasalahan yang dihadapi secara masuk akal dan berdasarkan dengan porsinya tanpa adanya pengurangan eksistensi dari suatu perusahaan tersebut serta mempunyai strategi yang dapat berguna dalam penyelesaian masalah baik di dalam atau di luar dari perusahaan tersebut.

Dalam upaya penanganan suatu krisis yang terjadi pada organisasi, peran Humas sangat penting agar krisis tidak berlangsung berkepanjangan. Selain sebagai salah satu kegiatan komunikasi, Humas juga berperan menjadi penjemputan dalam menciptakan suatu suasana atau kondisi yang lebih kondusif antara pihak organisasi dengan pihak internal maupun eksternal. Krisis juga dapat terjadi pada kesatuan Tentara Nasional Indonesia (TNI) yang ialah salah satu angkatan bersenjata di yang ada di negara Republik Indonesia. Saat ini, TNI memiliki tiga angkatan penting yang berperan dalam menjaga kesejahteraan bangsa, yaitu terdiri dari TNI Angkatan Darat (TNI AD), TNI Angkatan Laut (TNI AL) dan TNI Angkatan Udara (TNI AU). TNI dipimpin oleh seorang Panglima TNI, sedangkan masing-masing angkatan dipimpin oleh seorang Kepala Staf Angkatan.

Dilansir dari situs *cncindonesia.com* pada Sabtu, 29 Agustus 2020 telah terjadi penyerangan di Polsek Ciracas yang berada di Jalan Bogor Raya, RT.7/RW.5, Rambutan, Kecamatan Ciracas, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta. Kejadian tersebut terjadi pukul 02.00 WIB dini hari. Penyerangan ini mengakibatkan kerusakan seperti kaca gedung pecah, kaca bus polisi pecah serta beberapa kendaraan rusak terbakar. Pada pagi hari polisi nampak berdatangan ke lokasi kejadian.

Pada penelitian ini krisis yang terjadi adalah terkait dengan masalah kriminal yang dilakukan oleh pihak TNI. Krisis kriminal sering terjadi dan krisis ini merupakan ancaman besar untuk beberapa organisasi, perusahaan maupun lembaga. Krisis ini membutuhkan respon yang tepat karena menjadi magnet media terlebih pada kasus ini yang mengalami krisis adalah lembaga negara yang menjadi panutan rakyat. Krisis yang dialami oleh lembaga negara TNI ini juga berimbas pada bentuk krisis public relations yang terjadi karena disebabkan pemberitaan negatif yang kemudian berimbas buruk pada lembaga tersebut dan berpotensi mempengaruhi citra lembaga tersebut. Strategi yang digunakan TNI pada krisis ini adalah Adaptive Strategy (Strategi Adaptif) dimana langkah-langkah yang diambil mencakup hal-hal yang lebih luas, seperti mengubah kebijakan, modifikasi operasional, kompromi, dan meluruskan citra lembaga.

Penelitian mengenai studi manajemen krisis telah banyak diteliti namun, dengan obyek yang berbeda-beda. Pada penelitian kali ini, peneliti akan meninjau lebih lanjut mengenai aktifitas komunikasi krisis yang dilakukan pihak TNI perihal kasus penyerangan Polsek Ciracas pada Sabtu, 29 Agustus 2020 dengan identifikasi masalah "Bagaimana aktifitas komunikasi krisis yang dilakukan oleh TNI dalam menyikapi kasus penyerangan Polsek Ciracas oleh oknum TNI?".

II. KAJIAN LITERATUR

A. Public Relations

Public relations dalam bahasa Indonesia, sering disebut sebagai Humas. Suatu komunikasi di dalam kegiatan *public relation* sebagai bentuk dari komunikasi dua arah atau *two way communication*. Dalam komunikasi ini, dipastikan mampu memberikan adanya feedback atau timbal balik sebagaimana dalam prinsip pokok dalam public relation (Rahmadi, 2005:1).

Kemudian, menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, mereka menjelaskan bahwa *public relations* merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat (Nova, 2011:45). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *public relations* menggunakan komunikasi dua arah dimana komunikasi tersebut dilakukan untuk membentuk dan juga memelihara hubungan yang baik antara humas tersebut dan juga organisasi maupun masyarakat. Frank Jefkins (1998:10) menjelaskan bahwa "*Public Relations* merupakan segala bentuk komunikasi yang sudah direncanakan,

baik secara internal dan eksternal, dengan tujuan mencapai tujuan tertentu atas dasar saling”.

B. Krisis

Krisis merupakan salah satu bagian didalam hubungan kemasyarakatan dimana pada saat tersebut organisasi berada didalam suatu pusaran citra, yang mana akan diliput oleh berbagai media, publik akan membicarakannya setiap saatnya (Wasesa dkk,2010: 73). Krisis dalam Bahasa Yunani berarti “keputusan” Dalam bahasa China, krisis disebut wei-ji yang artinya “bahaya” dan “peluang”. Kategori krisis menurut Firsan Nova (2011: 67-70) yaitu diantaranya: (a) krisis level 1; (b) krisis level 2; (3) krisis level 3.

Menurut Firsan Nova (Nova, 2009) ada lima fase dalam siklus hidup krisis yaitu: (a) Tahap *pre-crisis*; (b) Tahap *Warning*; (c) Tahap *acute crisis*; (d) Tahap *clean-up*; dan (e) Tahap *post-crisis*.

C. Manajemen Krisis

George R. Terry (Terry, 1957) mendalilkan bahwa manajemen adalah seperangkat proses yang melibatkan tindakan, perencanaan, pengorganisasian, aktivasi dan kontrol untuk menggunakan sumber daya manusia dan lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan menurut Fink, manajemen krisis adalah seni menghilangkan berbagai resiko dan ketidakpastian sehingga kitadapat menentukan nasib kita sendiri (Fink, 1986).

Rosady Ruslan mendefinisikan manajemen krisis hubungan sebagai berikut. “Strategi PR yang bertujuan untuk menerapkan manajemen khusus pada krisis saat ini melalui langkah-langkah perencanaan yang telah ditentukan, bertujuan untuk mencegah penyebaran efek negatif dari krisis”.

PR dapat mengambil berbagai cara untuk menghadapi krisis. Coombs (2010:25-46) dalam buku pegangan komunikasi krisis membagi manajemen krisis menjadi tiga fase. Langkah-langkah ini adalah:

1. Pra Krisis

Pada tahap ini lebih berfokus terhadap menemukan masalah dan mengurangi resikonya. Pencegahan terjadinya krisis merupakan kepentingan utama agar krisis tidak terjadi.

2. Krisis

Tahap merespons krisis merupakan tahap yang paling besar dalam meneliti komunikasi krisis.

3. Pasca Krisis

Setelah krisis telah terjadi dan dianggap sudah selesai, organisasi maupun instansi tetap melakukan komunikasi dengan fokus untuk mengelola dampak yang timbul akibat adanya krisis.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif mencoba menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data yang lengkap. Melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat menetapkan makna suatu fenomena berdasarkan perspektif partisipan (Creswell, 2009:28). Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu sifat dalam penelitian yang berusaha menjelaskan keadaan atau kejadian dan membandingkan dengan data yang berkaitan dari aktifitas komunikasi krisis untuk dijadikan penelitian. Bentuk ciri yang lain dari metode deskriptif yaitu menitikberatkan data pada suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengamati gejala dan mencatatnya dalam catatan observasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga informan yang terdiri dari satu orang informan kunci yaitu Danpuspomad Letjen TNI D.W sebagai Pejabat Penyidik Kasus dan dua orang informan pendukung yaitu Dandim Jakarta Timur Kolonel R.E dan Pejabat puspem TNI Kolonel E (Pusat penerangan Tentara Nasional Indonesia). Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian data kualitatif pada penelitian ini adalah analisis tematik. Analisis tematik merupakan suatu rangkaian dalam memberikan tanda terhadap informasi, dengan mendapatkan hasil data berdasarkan tema, indikator kompleks, kualifikasi yang terkait dengan subjek atau antara di atas atau kombinasinya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Komunikasi Krisis *Public Relations*

Komunikasi krisis biasanya akan mengkaitkan dengan *public relations* dan bagaimana *public relations* mempertahankan reputasi, citra dan kepercayaan publik atas perusahaan. Pemberitaan media yang beredar bisa jadi benar atau mungkin saja tidak, tetapi tetap akan berpotensi mempengaruhi citra lembaga TNI. Salahsatu tugas dan fungsi *public relations* menurut Nova (2011) adalah merespons kabar negatif, pemberitaan miring dan informasi yang merugikan institusi atau lembaga dan hal tersebut merupakan salah satu bidang *public relations* yakni *crisis public relations*.

Tahapan krisis yang dialami lembaga TNI dalam peristiwa penyerangan Polsek Ciracas oleh sejumlah oknum TNI merujuk pada pernyataan Nova (2009):

1. Tahap *Pre-Crisis*: menyiapkan strategi penanganan krisis sebaik mungkin yang tertulis di dalam Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2013 tentang Pedoman Komunikasi Kehumasan di Lingkungan Kementerian Pertahanan dan Tentara Nasional Indonesia.
2. Tahap *Warning*: melakukan rapat mendesak dan mengadakan konferensi pers ke berbagai media sehingga tidak terjadi berita simpang siur.
3. Tahap *Acute Crisis*: konferensi pers dengan tujuan memberikan fakta terkait kasus dan sebagai bentuk pertahanan citra lembaga TNI agar tidak dinilai buruk oleh publik dalam menangani sebuah pemberitaan yang bersifat negatif.
4. Tahap *Clean Up*: meminta maaf dari instansi TNI kepada pihak-pihak yang dirugikan dalam kasus ini pada kegiatan konferensi pers
5. Tahap *Post Crisis*: pemulihan citra TNI dengan adanya tindakan tegas TNI terhadap pelaku, adanya pertanggung jawaban TNI dan kecepatan TNI dalam menyelesaikan krisis ini.

B. Manajemen Krisis *Public Relations*

Manajemen krisis dilakukan untuk mencari pemecahan masalah dengan menggunakan strategi yang muncul dengan menggunakan strategi manajemen krisis yang mungkin dilakukan melalui tiga tahap manajemen krisis menurut Coombs (2015) yakni pra krisis, krisis dan pasca krisis:

1. *Pra krisis*: berpedoman pada Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2013 tentang Pedoman Komunikasi Kehumasan di Lingkungan Kementerian Pertahanan dan Tentara Nasional Indonesia.
2. *Krisis*: strategi yang dilakukan yaitu *tactical advice* dengan menunjuk juru bicara saat konferensi pers, *strategic advice* dengan melakukan rancangan strategi instruksi informasi ke public, *corporate apology* dengan memberikan pernyataan permintaan maaf kepada pihak yang dirugikan, *image repair theory* dengan menunjukkan ketegasan dan kecepatan menghadapi krisis.
3. *Pasca Krisis*: Sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Menteri Pertahanan RI nomor 41 tahun 2013 Pasal 10 ayat (2) mengemukakan langkah-langkah yang ditempuh lembaga TNI pada tahap pasca krisis, antaralain yaitu membuat laporan pelaksanaan penanganan krisis, mengevaluasi pencapaian kinerja selama krisis berlangsung, menindaklanjuti niat baik untuk memperbaiki krisis, menyempurnakan strategi penanganan krisis, melakukan audit secara berkala agar potensi terjadinya krisis dapat teridentifikasi, membangun hubungan yang baik dengan pihak internal dan eksternal melalui komunikasi yang efektif agar kepercayaan publik dapat pulih kembali.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis peneliti upaya yang dilakukan oleh TNI dalam menangani krisis terkait penyerangan Polsek Ciracas oleh oknum TNI pada tanggal 29 Agustus 2020 adalah melakukan manajemen krisis yang dilakukan melalui tiga tahap manajemen krisis sebagai berikut:

- A. Tahap Pra Krisis: Tahap pra krisis menurut informan penelitian tidak dimulai pada saat kejadian penyerangan melainkan jauh sebelumnya, yakni dimana lembaga TNI sudah menyiapkan rancangan strategi penanganan berbagai krisis. Adanya kesiapan lembaga TNI terhadap berbagai macam krisis yang ditulis pada Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2013 tentang Pedoman Komunikasi Kehumasan di Lingkungan Kementerian Pertahanan dan Tentara Nasional Indonesia dan Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2013 tentang Pedoman Pengelolaan Komunikasi Krisis. Instansi TNI dinilai lebih berfokus terhadap menemukan masalah dan mengurangi resikonya dengan menemukan tanda-tanda awal sebuah krisis dan menentukan tindakan yang disusun untuk mempengaruhi perkembangan masalah, pembentukan perencanaan, tim, serta juru bicara yang ditunjuk saat krisis terjadi.
- B. Tahap Krisis: lembaga TNI selama krisis akan mempengaruhi lembaga TNI tersebut. Strategi yang diambil saat krisis terjadi adalah *tactical advice* yakni dalam bentuk menunjuk juru bicara pada saat konferensi pers dan hal yang dilakukan didalamnya adalah *justification*. Maka dari itu lembaga TNI dinilai telah melakukan *diminish strategies*; kedua yaitu menjalankan *strategic advice* dengan berpegang pada pedoman rancangan-rancangan yang telah dibuat pada masa pra krisis untuk menangani krisis; ketiga yakni *corporate apology* yakni lembaga TNI melakukan permintaan maaf kepada pihak-pihak yang dirugikan dengan adanya krisis, dilakukan untuk mengubah persepsi publik terhadap perusahaan atau organisasi adalah dengan mencoba meminta maaf atau *apologize*, maka dari itu lembaga TNI dinilai telah melakukan *rebuild strategies*; keempat adalah *image repair* yakni lembaga TNI berusaha menginformasikan berbagai prestasi TNI lewat media sosial dan majalah TNI guna membentuk kepercayaan publik kembali pada TNI tujuannya adalah mengusahakan mencari dukungan publik dengan cara reminder yakni mengingatkan publik akan hal positif yang dilakukan

oleh organisasi. Maka dari itu lembaga TNI dinilai telah melakukan *reinforcing strategies*.

- C. Tahap Pasca Krisis: Kegiatan evaluasi dilakukan di lembaga TNI dengan tujuan menjadi masukan dan revisi terhadap pengelolaan komunikasi krisis yang terjadi di lingkungan TNI. Sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Menteri Pertahanan RI nomor 41 tahun 2013 Pasal 10 ayat (2) mengemukakan langkah-langkah yang ditempuh lembaga TNI pada tahap pasca krisis, antara lain membuat laporan pelaksanaan penanganan krisis, mengevaluasi pencapaian kinerja selama krisis berlangsung, menindaklanjuti niat baik untuk memperbaiki krisis, menyempurnakan strategi penanganan krisis, melakukan audit secara berkala agar potensi terjadinya krisis dapat teridentifikasi, membangun hubungan yang baik dengan pihak internal dan eksternal melalui komunikasi yang efektif agar kepercayaan publik dapat pulih kembali.

REFERENSI

- Ahmadi, Rulam. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media Andipate,
- Anwar, Arifin. (2020). *Paradigma Baru Public Relations, Teori, Strategi, dan Riset*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Coombs, W. Timothy; Holladay, Sherry.J. (2010). *The Handbook of Crisis Communication*. Singapore: Blackwell Publishing Ltd.
- Cutlip, Scott M. Center, Allen H; Broom, Glen. (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice HallInternational.
- Creswell, John W. (2009). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Jefkins, Frank, & Yadin Daniel. (2002). *Public Relations: Fifth Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Krisyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Krisyantono. (2015). *Public Relations, Issue and Crisis Management*. Jakarta: Prenadamedia
- Mulyana, Deddy. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, j, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Newman, W. L. (1997). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approach*. Boston: Allyn & Bacon
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Purwaningwulan, M. M. (2011). Public Relations Dan Manajemen Krisis. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 11(2).
- Rahmadi, F. (2005). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rosady, Ruslan. (2017). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rosady, Ruslan. (2019). *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia.