

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil yang didapatkan peneliti dalam melaksanakan penelitian atas bagaimana manajemen komunikasi krisis yang dilakukan PT Sentul City Tbk terhadap kasus gugatan pailit yang dilayangkan oleh Bintoro CS, salah satu *stakeholders* perusahaan, adalah perusahaan telah dengan baik menjaga reputasi perusahaan dengan mengoptimalkan waktu yang ada.

- 1) Secara garis besar krisis bermula ketika PT Sentul City Tbk menerima banyak pemberitaan mengenai keadaan perusahaan yang berada dalam keadaan pailit oleh salah satu konsumen yaitu Bintoro CS dengan gugatan bahwa perusahaan tidak mampu membayar sejumlah uang hasil transaksi jual beli kavling matang yang terjadi pada tahun 2014. Gugatan ini dilakukan secara mendadak dan sepihak sampai menyebabkan suspensi saham BKSL di bursa efek pada perdagangan hari Senin, 10 Agustus 2020. Pihak perusahaan yang tidak tahu alasan gugatan ini yang baru dilakukan pada tahun 2020 padahal transaksi dilakukan pada tahun 2014 menyangkal gugatan tersebut dan mensomasi balik Bintoro CS karena telah merugikan perusahaan dengan merusak reputasi dan menyebar *hoax* mengenai keadaan finansial perusahaan yang tidak bermasalah.

Langkah pertama yang diambil perusahaan dalam menangani isu ini adalah membentuk tim kecil yang bertugas untuk menyelesaikan permasalahan dan menjaga reputasi perusahaan. Tim ini terdiri dari tim legal, tim hukum, beberapa petinggi perusahaan, dan perwakilan Corporate Communication Division. Tim ini bergerak dengan cepat mengumpulkan setiap data sebagai bentuk *counter* bukti yang valid dari transaksi pada tahun 2014 dan apa yang sebenarnya terjadi. Pihak perusahaan segera mengadakan *press conference* secara cepat dan menyiarkan *press release* sebagai bentuk keseriusan perusahaan menanggapi gugatan ini. Pihak perusahaan juga memberikan penjelasan kepada BEI mengenai persoalan suspensi saham dan hanya dalam 1 hari suspensi tersebut dicabut dan BKSL dapat melakukan perdagangan jual beli surat saham di pasar saham secara normal. Pihak perusahaan juga terus memberikan penjelasan kepada *stakeholders* lain serta media mengenai konfirmasi kebenaran keadaan finansial perusahaan yang baik-baik saja dan bahwa gugatan tersebut mengada-ada tanpa dasar yang kuat.

2) Strategi yang dipilih PT Sentul City Tbk adalah *clarification* dan *attack & intimidation* dalam *non-existence strategy* dengan menyertakan perbandingan data yang valid dari kasus yang diangkat Bintoro CS mengenai permasalahan kavling matang. Menurut peneliti, strategi ini sudah tepat dipilih dengan diikuti strategi pendukung seperti *victimization* dan *excuse* sebagai cara yang ditempuh menangani gugatan salah satu konsumennya. Dengan sikap perusahaan yang memfokuskan klarifikasi gugatan pailit sebagai prioritas utama membuat perusahaan seolah mengabaikan persepsi yang terbentuk di masyarakat. Namun, meski demikian, perusahaan berhasil memberikan penjelasan dan

mempertahankan citra, karena perusahaan memiliki pandangan bahwa persepsi masyarakat akan membaik, selaras dengan krisis yang telah ditangani dengan tepat, dalam tempo yang singkat, dan mengedepankan ikatan emosional melalui komunikasi tatap muka.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Hasil dari penelitian ini ditujukan untuk menyarankan supaya penelitian berikutnya dapat memiliki pemahaman dan mendalami mengenai teori komunikasi krisis, reputasi, dan bagaimana penanganan respon dan pemilihan strategi yang diperlukan suatu perusahaan berdasarkan teori yang dipaparkan. Penelitian berikutnya disarankan untuk memahami dahulu tentang krisis yang memengaruhi reputasi perusahaan atau organisasi agar dapat memudahkan proses penelitian dan wawancara untuk mendapatkan informasi atau data dari partisipan terkait. Selain itu, teori SCCT memerlukan pemahaman mengenai memilih antara dua objektif dari penyelesaian krisis yaitu penyelesaian krisis atau meluruskan persepsi. Kemudian pemakaian SCCT juga perlu memerhatikan bagaimana *crisis response strategy* yang dipilih dari 3 strategi utama yaitu *deny* (menyangkal), *diminish* (mengurangi), dan *rebuild* (membangun kembali) serta satu strategi tambahan, yaitu *reinforcing* (memperkuat).

5.2.2 Saran Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah saran dan masukan bagi PT Sentul City Tbk. Khususnya, Corporate Communication Division yang sudah dengan baik mengeksekusi setiap strategi dalam menangkal isu dan ancaman terhadap reputasi perusahaan. Selain itu, terdapat refleksi terhadap kekurangan penelitian antara lain:

1. Melalui hasil penelitian yang diperoleh, dalam melakukan pemulihan citra pasca terjadinya krisis, PT Sentul City Tbk dapat mendorong pemberitaan positif mengenai apa yang perusahaan telah raih atau lakukan. Pemberitaan ini berfungsi untuk menutup pemberitaan negatif terkait krisis yang dialami yaitu gugatan pailit. Contoh pemberitaan positif yang bisa diangkat perusahaan adalah beberapa tempat rekreasi yang bisa dikunjungi dan *plan* pembangunan di area Sentul City di masa yang akan datang.
2. Berkaca pada respon perusahaan dalam memberikan klarifikasi mengenai keadaan kelanjutan sengketa tanah yang terjadi, seharusnya perusahaan dapat memberikan kelanjutan dan proses damai yang diambil antara pihak penggugat dan perusahaan. Keterbukaan menjaid kunci pemulihan kepercayaan publik kepada perusahaan.