

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebuah perusahaan pasti tidak selamanya berada di masa yang baik. Ada kalanya situasi yang merugikan datang dan menaruh perusahaan di posisi yang buruk. Seperti seorang yang sedang kritis berada diantara hidup dan mati, sebuah perusahaan yang mengalami krisis juga berada diambang kehancuran. Krisis yang berasal dari satu aspek perusahaan akan memengaruhi seluruh divisi atau bahkan eksistensi perusahaan tersebut. Dalam penanganan krisis, perusahaan perlu menanggapinya secara serius karena isu sekecil apapun, bila tidak segera ditangani akan menjadi hal yang besar. Komunikasi krisis menjadi satu langkah krusial yang perlu diambil perusahaan dalam melangkah untuk menyelesaikan masalah yang ada.

Dilansir dari *kompas.com* (Anggarina, 2020) komunikasi krisis adalah sebagai bentuk pengumpulan, pemrosesan, dan penyebaran informasi yang diperlukan untuk mengatasi situasi krisis. Penting bagi perusahaan atau pemerintah atau instansi untuk memberikan suatu informasi yang jelas dan melakukan penyaringan atas segala pernyataan dan informasi yang diperlukan. Selain itu, dalam menghadapi krisis, komunikasi yang intens dan dilakukan secara berkala menjadi satu faktor kesuksesan dalam membendung krisis agar tidak semakin

besar. Hal ini perlu dilakukan guna menangkis pemberitaan yang simpang siur dan diragukan kevalidannya.

Komunikasi krisis dalam perusahaan juga sangat penting dilakukan karena keberadaan perusahaan tak lepas dari peran pihak eksternal seperti media massa. Media zaman ini, mempermudah akses informasi yang dapat diakses masyarakat umum dalam hitungan detik. Maka dari itu, menurut Cornelissen, (2011, p. 199) dalam buku *Corporate Communication A Guide to Theory and Practice, 3rd Edition*, menjabarkan sebuah resiko dan isu yang membentuk sebuah krisis berasal dari perkembangan komunikasi modern terhadap informasi yang didapat secara mudah. Informasi yang disampaikan media dapat menggiring opini publik ke arah yang negatif ataupun positif. Perlu bagi perusahaan untuk mengantisipasi segala bentuk krisis yang akan dihadapi. Maka itu, penting untuk perusahaan memanfaatkan hubungan relasi dengan media massa dalam salah satu strategi komunikasi dalam penanganan krisis yang sedang dialami.

Sebagai contoh, perusahaan makanan terkenal di Amerika, Wendy's, pernah mengalami krisis pada 2010. Krisis yang dihadapi adalah seorang pelanggannya berusaha menjerat perusahaan dengan menuduh restoran di San Jose melalui sebaran hoax di media sosial mengenai burger yang disajikan restoran terdapat potongan jari manusia. Meskipun dinyatakan perusahaan tidak bersalah dan hanya sebuah trik konfidensi pengebakan, tetapi perusahaan mengalami kerugian sampai 21 juta Dollar Amerika. Dari kasus ini, dapat dipelajari bahwa sebuah krisis, perlu penanganan dan respon yang serius meskipun perusahaan terbukti tidak bersalah. Hubungan dengan media massa menjadi sarana jembatan klarifikasi yang berguna

menepis segala disinformasi dan hoax yang beredar. Perusahaan di satu sisi juga harus tetap menjaga reputasinya, namun disisi lain juga tidak dapat tinggal diam akan gugatan yang tidak beralaskan fakta. Terlebih, yang bertujuan untuk menjerat perusahaan. Dikutip dari *losspreventionmedia.com* (Manning, 2016).

Setiap perusahaan dari lini bidang apapun, pasti tidak selalu kebal terhadap krisis. Salah satu perusahaan yang baru-baru ini mengalami krisis adalah PT Sentul City Tbk di daerah Bogor. PT Sentul City Tbk adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *real estate & land property* terkemuka di Indonesia baru saja mengalami krisis di pertengahan tahun 2020. Pada Juli dan Agustus, PT Sentul City Tbk mengalami krisis berupa gugatan pailit oleh satu keluarga yang memiliki sengketa tanah di area Sentul City. melalui pemberitaan media, dan pengajuan gugatan pailit, hal ini berdampak sampai suspensi sementara saham Sentul City dengan kode BKSL di bursa saham Indonesia. Pihak perusahaan tentu terkejut dengan gugatan yang tidak tepat dan secara tiba-tiba ini, karena menurut data perusahaan, pailit adalah keadaan dimana perusahaan tidak memiliki hutang yang jatuh tempo atau ketidakmampuan dalam melunasi hutang. Hal ini menjadi sebuah krisis besar bagi perusahaan akibat gugatan yang dilayangkan penggugat.

## Gambar 1. 1 *Media Coverage*



**Sumber: DetikFinance (2020)**

Melalui pemberitaan media seperti contoh di atas, menjadikan satu indikator yang memicu krisis yang dialami PT Sentul City Tbk. Pemberitaan serupa juga disiarkan oleh media nasional lain yang dilakukan secara serempak. Hal ini menjadi sesuatu yang sangat mencolok ketika tim Media Relations Department mendapati bahwa *daily monitoring* yang dilakukan pada hari Senin dipenuhi dengan sorotan publik yang mengancam nama baik perusahaan. Reputasi yang baik-baik saja, seketika menjadi negatif dan perlu segera ada tindakan yang diambil perusahaan dalam menyelamatkan citra serta memluruskan isu ini.

## Gambar 1. 2 Media Coverage



**Sumber: CNBC Indonesia (2020)**

Dalam kasus yang dialami PT Sentul City Tbk, krisis yang dihadapi semakin diperburuk dengan adanya informasi dan spekulasi yang tersebar cepat di media. Kecepatan penyebaran informasi menjadi salah satu faktor isu ini menjadi besar. Menurut CNBC Indonesia (Saleh, 2020) Gugatan pailit yang diajukan Keluarga Bintoro segera dimuat di media, serta BEI (Bursa Efek Indonesia) segera membekukan saham perusahaan. Tentu hal ini adalah akibat tindakan sepihak tanpa ada konfirmasi dari PT Sentul City Tbk yang dilakukan penggugat Keluarga Bintoro. Hal lain yang memperkeruh krisis perusahaan adalah banyaknya masyarakat pemilik tanah di Sentul City yang khawatir atas kepemilikan tanahnya akibat pemberitaan yang ada, dan mengakibatkan area kantor *marketing* dipadati para pemilik tanah dengan tujuan untuk mempertanyakan kepemilikan tanahnya,

bila ternyata benar perusahaan sedang dibekukan atas gugatan pailit tersebut. Setelah menerima gugatan dan tekanan dari *stakeholders* PT Sentul City Tbk segera merespon permasalahan yang ada untuk meluruskan kekeliruan agar tidak berujung panjang. Selain itu reputasi perusahaan juga jadi pertaruhan kedepannya.

Krisis di era digital digambarkan dalam kasus yang menimpa PT Sentul City Tbk dalam dibekukannya saham BKSL di Bursa Efek Indonesia dapat dianalisis mengenai manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh *corporate communication division* perusahaan. Penanganan yang diambil menarik untuk diteliti karena langkah-langkah perusahaan dalam membungkam krisis agar tidak membesar dan menyelesaikan permasalahan yang ada sangat baik dilakukan dalam kurun waktu yang singkat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan krisis yang dihadapi PT Sentul City Tbk mengenai krisis yang terjadi, penelitian ini dibuat untuk mengulas strategi yang telah diterapkan perusahaan dalam menghadapi situasi yang terjadi. Penelitian ini dibuat didasari atas strategi komunikasi krisis perusahaan dalam menghadapi krisis yang dialami yaitu sebuah gugatan pailit yang dilayangkan salah satu *stakeholders* kepemilikan tanah di Sentul City.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana situasi krisis yang terjadi terhadap PT Sentul City Tbk?
2. Strategi apa yang dilakukan perusahaan dalam menanggapi permasalahan yang terjadi untuk mempertahankan reputasi perusahaan dalam menangani krisis yang ada?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana situasi krisis PT Sentul City Tbk.
2. Untuk mengetahui *crisis response strategy* yang diambil dan diimplementasikan perusahaan saat krisis terjadi.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **a. Kegunaan Akademis**

Untuk memberikan kontribusi pada studi ilmu komunikasi, terutama mengenai manajemen krisis yang berfokus pada komunikasi krisis yang diterapkan sebuah organisasi dalam mempertahankan citra dan reputasi saat dan pasca terjadinya krisis. Serta memberikan referensi untuk penelitian berikutnya mengenai komunikasi krisis suatu perusahaan. Ini ditujukan untuk memberikan kontribusi pemikiran dan pengertian mengenai strategi komunikasi krisis. Penelitian ini juga memberikan pemahaman tentang penggunaan studi kasus dalam penelitian kualitatif.

## **b. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada PT Sentul City Tbk dan perusahaan properti terbuka di Indonesia dalam menyusun manajemen krisis dan memilih strategi respon terhadap krisis yang bertujuan untuk mempertahankan nama baik perusahaan.

### **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan karena beberapa berkas perusahaan yang bersifat konfidensial sehingga proses analisis terhadap kasus atau objek penelitian seharusnya masih bisa dimaksimalkan. Kemudian, pandemi menjadi faktor lain dalam pengumpulan data melalui wawancara yang sempat terhalang oleh ruang dan waktu sehingga harus dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting.