

STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS HUMAS PEMKAB NGANJUK DALAM PEMULIHAN CITRA PASCA KASUS KORUPSI

Aritma Widyastuti¹, Widiyatmo Ekoputro²

^{1,2}Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
aritmawidyastuti@gmail.com, widiyatmo@untag.sby.ac.id

ABSTRAK

Organisasi pemerintah, dalam kondisi krisis, perlu dan sangat penting menjaga reputasi agar citranya di mata publik dipandang baik, sehingga kepercayaan publik terhadapnya bisa pulih dan stabil. Peran media sosial dalam citra suatu organisasi pemerintahan adalah sebagai jembatan informasi dan pengendalian lajur informasi yang erat kaitannya dengan citra itu sendiri. Media sosial Instagram merupakan salah satu sarana informasi yang saat ini digemari masyarakat milenial untuk memperoleh suatu informasi. Oleh karena itu, dengan menggunakan metode kualitatif peneliti menguraikan mengenai bagaimana citra positif suatu organisasi pemerintahan itu penting dan bagaimana dalam menganalisa penerapan komunikasi krisis dengan menggunakan teori restoration image yang dikembangkan Benoit (1995). Dengan melakukan studi kasus di Instagram @diskominfo_nganjuk peneliti mengamati bagaimana peran media sosial Instagram Diskominfo berperan dalam penerapan strategi komunikasi krisis dalam menangani isu kasus korupsi yang terjadi pada 2021 lalu. Hal ini juga berkaitan dengan misi Diskominfo dalam keterbukaan informasi dari pemerintah kepada masyarakat merupakan salah satu hal penting yang ingin dicapai oleh Dinas Kominfo. Salah satunya diwujudkan Dinas Kominfo Kabupaten Nganjuk dengan menyebarkan informasi yaitu melalui konten Instagram @dinaskominfo_nganjuk dengan beragam tema dan topik seputar informasi Kabupaten Nganjuk dengan tujuan menyebarkan informasi hingga mampu menjangkau seluruh kalangan masyarakat.

Kata Kunci : Citra; Restoration Image; Komunikasi Krisis;

ABSTRACT

Government organizations, in crisis conditions, need and are very important to maintain their reputation so that their image in the eyes of the public is viewed favorably, so that public trust in them can recover and stabilize. The role of social media in the image of a government organization is as a bridge of information and control of information lanes that are closely related to the image itself. Instagram social media is one of the means of information that is currently favored by millennial people to obtain information. Therefore, by using qualitative methods, researchers describe how a positive image of a government organization is important and how to apply crisis communication using image restoration theory developed by Benoit (1995). By conducting a case study on Instagram @diskominfo_nganjuk researchers observed how the role of Diskominfo's Instagram social media played a role in implementing crisis communication strategies in handling the issue of corruption cases that occurred in 2021. This is also related to Diskominfo's mission in information disclosure from the government to the public is one of the important things to be achieved by the Communication and Information Service. One of them was realized by the Nganjuk Regency Communication and Information Office by disseminating information, namely through @dinaskominfo_nganjuk Instagram content with various themes and topics around Nganjuk Regency information with the aim of disseminating information to be able to reach all circles of society.

Keywords : Image; Image Restoration; Crisis Communication;

A. PENDAHULUAN

Citra suatu organisasi penting adanya dikarenakan berperan sebagai kemajuan dan perkembangan suatu organisasi. *Public relations* atau Humas memiliki fungsi sebagai manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakankebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dengan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengakuan publik (Sari, 2021). Untuk mencapai sasaran ideal tersebut, pencitraan perusahaan atau organisasi tidak bisa dibentuk secara kebetulan, artinya citra tidak datang dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh masyarakat, dari upaya komunikasi dan keterbukaan perusahaan dalam usaha membangun citra positif yang diharapkan. Upaya membangun citra tidak bisa dilakukan pada saat tertentu saja, tetapi merupakan suatu proses yang panjang. Karena citra merupakan semua persepsi atau objek yang dibentuk oleh konsumen dengan cara memproses informasi dari berbagai sumber sepanjang waktu (Supada, 2020).

Dalam suatu perusahaan, citra menjadi penting dalam keberlangsungan hubungan dengan publik. Apabila citra tersebut dilukai akibat adanya isu negatif yang telah menyebab ke publik maka Humas memiliki fungsi sebagai manajemen dengan mengimplementasikan strategi komunikasi. salah satu strategi komunikasi yang dapat dilakukan oleh Humas adalah dengan menggunakan strategi komunikasi krisis. Komunikasi krisis sendiri merupakan strategi mengomunikasikan apa yang ingin dikatakan, ingin dilakukan, dan apa yang sudah dilakukan organisasi dalam merespon krisis (Kriyantono, 2014, hal. 192) Ketika menghadapi krisis dalam suatu organisasi atau perusahaan, komunikasi krisis berfungsi sebagai salah satu strategi dalam menagemen krisis.

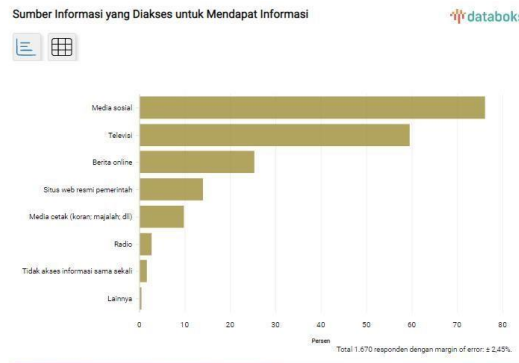
Oleh karena itu, pada krisis pemberitaan media tentang kasus korupsi jual beli jabatan yang dilakukan oleh Bupati Nganjuk nonaktif Novi Rahman Hidayat yang resmi menjabat pada 2018 lalu, Humas menerapkan beberapa strategi komunikasi krisis yang disesuaikan dengan kepentingan perusahaan dan digunakan untuk menangani hubungannya dengan media. Salah satu bentuk komunikasi krisis yang dapat diterapkan kepada media oleh perusahaan disaat krisis adalah dengan memberikan ketersediaan informasi kepada media dan masyarakat. Tujuannya adalah agar media mampu mempersepsi pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan melalui ketercukupan informasi yang diberikan (Zebua et al., 2021).

Strategi Komunikasi sendiri merupakan sebuah gabungan dari Perencanaan atau *Planning* seperti yang dijelaskan oleh (Effendy, 2000: 300:) “Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Guna mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, atau dalam artianya bahwa pendekatan (*Approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima”. Adapun dalam pengelolaan saluran media, Kominfo kabupaten Nganjuk mengupayakan penyebaran informasi yang secara luas dan maksimal.

Dalam wawancara peneliti dengan Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik, yang ditemui di kantor Kominfo kab. Nganjuk pada 6 Juni 2023, beliau menjelaskan mengenai peran media sosial dalam penyebaran informasi “media sosial, instagram terutama memiliki peminat hampir semua kalangan dan akses yang mudah menjadikannya salah satu media sosial yang digunakan sebagai target sasaran penyebaran informasi yang keberhasilannya tinggi karena tu juga Diskominfo juga bekerjasama dengan akun-akun instagram informasi seputar nganjuk lainnya. Bekerjasama dalam persebaran informasi penting melalui instagram” Hanis Ary Wibisono, SE.

Media sosial merupakan salah satu sarana informasi yang saat ini digemari masyarakat milenial untuk memperoleh suatu informasi. Kondisi ini tercermin dalam survei Katadata Insight Center (KIC) yang menunjukkan 76% responden memilih medium tersebut. Selain media sosial, televisi dan berita dalam jaringan (daring) menjadi opsi selanjutnya mendapat informasi yang dapat diakses. Hal tersebut diakui 59,5% responden dan 25,2% responden. KIC bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) melakukan survei literasi digital. Penelitian itu menjangkau 1.670 responden dari 34 provinsi di Indonesia (Setyowati, 2020).

Gambar 1. Diagram Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media Sosial)



sumber: databoks.katadata.co.id

Pemerintah Daerah dalam menetapkan kebijakan dan melaksanakan pemerintahan dan pembangunan tentu memerlukan informasi yang tepat, mudah dan cepat diakses, serta akurat melalui data statistik. Untuk mengantisipasi kebutuhan tersebut perlu dikembangkan sinergi antara manajemen pemerintahan dan pemanfaatan Teknologi Informasi yang didukung terhubungnya jaringan informasi yang mencakup seluruh instansi pemerintah. Hal tersebut di atas secara Teknis mudah dilaksanakan, tetapi pada implementasinya faktor non teknis menjadi kendala. Sebagai salah satu perangkat daerah yang memiliki peran memberikan informasi, tentu dalam dunia modern di mana penyebaran informasi yang mudah, menjadikan banyak perangkat daerah lebih inovatif dalam melakukan pengelolaan informasi (Dinas Komunikasi dan Informatika, 2018)

Gambar 2. Akun instagram @dinaskominfo_nganjuk



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Hari Purwanto, Kepala Bidang (Kabid) Statistik dan Pengelolaan Informasi Publik Diskominfo Kabupaten Nganjuk juga menjelaskan peranan Kominfo dari imbauan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Rudiantara kepada Pemda untuk menggunakan akun media sosial-medsos. Hal itu diwujudkan oleh Kominfo dengan aktif melakukan penyebaran informasi secara rutin kepada masyarakat melalui akun instagram Kominfo Nganjuk yaitu @diskominfo_nganjuk. Dalam wawancaranya Beliau menjabarkan mengenai pengaruh aktivitas instagram yang cukup besar sebagai salah satu media sosial dengan akses paling mudah dan paling digemari seluruh kalangan masyarakat.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan jenis metode kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Peneliti memilih Teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data mengacu kepada model Miles dan Hubeurman Interaktif dalam hal ini mengacu pada hubungan timbal balik yang dilakukan oleh narasumber dan informan tentang pengumpulan data penelitian.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Image Restoration Theory adalah salah satu dari berbagai teori yang masuk dalam manajemen citra, isu, dan krisis (Kriyantono, 2014). Dalam bukunya tersebut juga menyatakan bahwa William Benoit dianggap menggagas teori ini tahun 1995. Teori *apologia* juga dikembangkan oleh Ware & Linfugel (1973) dalam (Kriyantono, 2014). Benoit (1995) dalam (Coombs and Schmidt 2000) menjelaskan *Image Restoration Theory* adalah teori tentang bagaimana organisasi baik itu profit ataupun non-profit berupaya memperbaiki kerusakan citra organisasi yang disebabkan oleh krisis. *Typology* menurut Benoit, diidentifikasi kedalam lima *image restoration strategies*) salah satunya adalah *corrective action*, dalam hal ini yang dilakukan organisasi untuk memperbaiki citra yg rusak adalah dengan cara menjanjikan bahwa tindakan (kesalahan) yang terjadi akan diperbaiki lebih baik lagi ke depannya. Dengan janji-janji yang meyakinkan, diharapkan citra positifnya kembali lagi (Lestari, 2013). Strategi image restoration Combs & Benoit (2010 & 2005) dalam (Kriyantono, 2014) menyatakan dalam bukunya bahwa William Benoit dianggap menggagas teori ini tahun 1995, bahwa ada lima point strategi di dalam image restoration theory ini, yaitu:

1. *Denial*. Strategi seperti ini seringkali kita lihat di kalangan politisi, yaitu melakukan penyangkalan (*simple denial*). Tetapi ada juga yang selain menyangkal, juga mengalihkan ke kesalahan kepada orang lain (*shifting the blame*).
2. *Evading of Responsibility*. Melakukan penghindaran tanggung jawab atas pekerjaan atau tindakannya, tujuannya tentu juga untuk mengurangi tanggung jawab atas konsekuensi tindakannya (kesalahan) tersebut.
3. *Reducing Offensiveness of Event*. Dalam strategi ini, dikondisikan bahwa pihak yang melakukan kesalahan pantas diberikan keringanan. Caranya yaitu dengan mengutip tindakan positif yang telah dilakukan pada masa lalu dan bisa diterima publik dengan baik (*Bolstering*).
4. *Corrective Action*. Strategi ini dilaksanakan dengan cara menjanjikan bahwa tindakan kesalahan yang terjadi akan diperbaikikembali ke depannya. dengan janji-janji yang meyakinkan, diharapkan citra positif kembali lagi.
5. *Mortification*. Mengakui kesalahan, dan dengan jelas meminta pengampunan atas tindakan yang dilakukan. Strategi “penyiksaan diri” ini oleh Benoit disebut merupakan tema utama tulisan pakar komunikasi lainnya, yaitu Burke.

Teori *Image Restoration* didasarkan pada asumsi komunikasi yang menjadi titik awal Teori *Image Restoration* dapat berjalan. Menurut Blaney, Benoit, & Brazel (2002) dalam (Kriyantono, 2014) ada dua asumsi komunikasi yang menjadi dasar Teori *Image Restoration* yaitu komunikasi dilakukan dengan memiliki tujuan tertentu dan komunikasi menjadi strategi utama untuk menjaga citra dan reputasi perusahaan agar tetap baik dimata publik saat krisis perusahaan melanda.

C. METODE

Penelitian yang mengkaji tentang strategi komunikasi krisis Kominfo Pemerintah daerah kabupaten Nganjuk dalam pengelolaan komunikasi krisis selama terjadi isu kasus korupsi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai gambaran kompleks yang meneliti kata-kata, melaporkan pandangan rinci responden, dan melakukan penelitian dalam situasi alami. Penelitian kualitatif merupakan penelitian deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan analisis induktif. Proses dan makna (sudut pandang informan) lebih ditekankan dalam penelitian kualitatif (Gunawan, 2015).

Penelitian Kualitatif memiliki tujuan untuk menggali konstruksi terhadap suatu realitas. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pecandraan secara sistematis,

faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Romadhan et al., 2019). Berangkat dari paradigma konstruktivis, maka dapat dipandang bahwa fenomena komunikasi merupakan makna-makna yang dikonstruksi dan direkonstruksi oleh individu-individu pelaku komunikasi (Kriyantono, 2012).

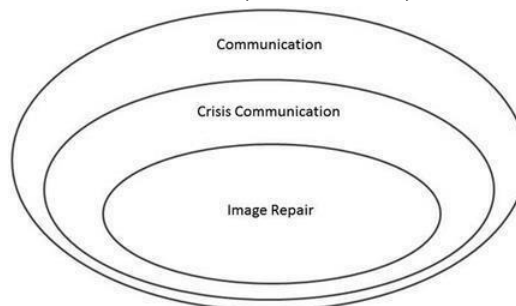
Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara mendalam dengan objek dari penelitian atau pihak yang bersangkutan dengan Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Nganjuk. Wawancara tersebut akan dilakukan dengan pertanyaan terbuka, dengan wawancara terkait penerapan strategi yang dilakukan Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Nganjuk secara tatap muka. Untuk itu pihak *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Nganjuk sebagai informan dapat memberikan jawaban yang dibutuhkan oleh peneliti secara luas dan mendalam. Selain itu peneliti juga melakukan observasi dengan mengamati langsung objek penelitian, untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti.

D. TEMUAN

1. Strategi Komunikasi pada Diskominfo Kabupaten Nganjuk

Ancaman terhadap citra seseorang, yang biasanya muncul dari pesan persuasif yang menyerang, mengkritik, atau mengungkapkan kecurigaan dan dengan demikian mendorong upaya perbaikan citra, tidak dapat dihindari setidaknya karena empat alasan. Kriyantono (2014). Teori *image restoration* dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks, baik itu individu maupun kelompok atau organisasi yaitu dalam membahas respon individu atau organisasi ketika citra dan reputasi positifnya terancam atau mengalami krisis.

Gambar 1. *Communication, Persuasion, and Image Repair*



Sumber: <https://ebrary.net/>

Strategi *image restoration* Combs & Benoit (2010 & 2005) dalam Kriyantono (2014) menyatakan dalam bukunya bahwa William Benoit dianggap menggagas teori ini tahun 1995, bahwa ada lima point dari strategi di dalam *image restoration theory* ini, yaitu:

1. *Denial.*

Secara umum Strategi seperti ini seringkali kita lihat di kalangan politisi, yaitu melakukan penyangkalan (*simple denial*). Diskominfo sendiri dalam salah satu pengaplikasiannya dalam strategi krisis selama terjadi isu kasus korupsi tidak melakukan penyangkalan ataupun pelimpahan kesalahan. Oleh karena itu, Diskominfo dalam strateginya mengupayakan sebagai pihak netral tanpa menutupi atau bahkan melakukan penyangkalan. Dalam hal ini Dra. Asti Widyartini, M.Si, selaku Kepala Bagian Humas PDE menjelaskan pada wawancaranya bagaimana Humas berupaya menangani isu kasus. Selain menjadi pihak netral, Humas juga menjaga agar informasi yang keluar tidak merugikan pemerintahan daerah.

“kalo soal informasi tentu saat itu kita kalo bisa netral, banyak media yang pada akhirnya lari ke kita untuk mencari informasi tapi ya kita harus hati-hati. Kita hanya memberikan informasi pada media kredibel seperti Jawa Post, Kompas dll. Takut mba, kasusnya sudah cukup membuat kami ya untuk terluka memang tapi ya kita tetap harus menjaga apa yang kita ketahui dan memang tugas kita. Ga bisa juga disangkal karna kan saat itu sudah ada penangkapan dari KPK jadi ya tidak mungkin kita menyangkal, itu lebih bahaya lagi” kantor Pemda Kabupaten Nganjuk, Jumat 5 Mei 2023

Berdasarkan pernyataan bu Dra. Asti Widyartini, M.Si bahwa peran Humas Kabupaten Nganjuk adalah sebagai lembaga pemerintahan tidak memihak individu manapun maupun tidak bisa memihak secara individu kecuali instansi pemerintahan itu sendiri selayaknya tugas dan fungsi Humas. Sehingga upaya penyangkalan atas isu kasus tersebut bukan menjadi solusi yang tepat secara pertimbangan instansi berdasarkan tanggungjawab dari humas kabupaten Nganjuk.

“jadi upaya kita saat itu ya penyebaran informasinya harus dari kita mba, jadi kita memang sudah kerjasama dengan media besar seperti Kompas, Jawa Post dan lainnya. Ga bisa kita menyebarkan informasi sembarang apalagi saat itu kan suasananya lagi panas sama kasus bapak” Dra. Asti Widyartini, M.Si. Nganjuk, Jumat 5 Mei 2023

Dalam isu kasus yang terjadi, strategi krisis yang dilakukan dari Diskominfo kabupaten Nganjuk adalah secara cepat melakukan pengendalian lajur informasi. Mengakui kasus yang terjadi kemudian menjadi pihak yang netral serta mendukung berjalannya penyidikan sebagai salah satu strategi komunikasi krisis yang dilakukan Diskominfo. Ada dua asumsi utama yang memberikan landasan bagi teori *image restoration* atau strategi perbaikan citra dari Diskominfo Kab.Nganjuk dalam isu kasus korupsi 2021 ini. Pertama, komunikasi paling baik dikonseptualisasikan sebagai kegiatan yang diarahkan pada tujuan. Kedua, menjaga reputasi positif adalah salah satu tujuan

utama komunikasi salah satunya dengan membangun relasi komunikasi dengan media dan masyarakat. Sebab dalam teori *image restoration* komunikasi adalah kegiatan yang diarahkan pada tujuan (Sulistiyanti et al., 2016).

Gambar 2. Feed Instagram Diskominfo Kab Nganjuk pada tanggal 04 Mei - 1 Juni (pasca penangkapan bupati Nganjuk pada 11 Mei)



Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti

Pada gambar 6 di atas, peneliti menemukan pada saat terjadinya isu kasus tersebut yaitu pada tanggal 11 Mei 2021 saat terjadi penangkapan bupati nganjuk Novi Hidayat oleh KPK pada saat yang sama instagram Diskominfo_nganjuk masih mengunggah aktivitas pemerintahan yaitu rapat pembahasan mengenai Rapat Koordinasi Pelaksanaan Shalat Idul Fitri Tahun 1447 Hijriyah / 2021 M. Hal ini menunjukkan bahwa dari pihak Diskominfo sendiri tidak ada sikap penolakan atas atau penyangkalan kasus tersebut namun memberikan komunikasi melalui unggahan tersebut bahwa sistem pemerintahan tetap berjalan dengan baik.

2. *Evading of Responsibility.*

Melakukan penghindaran tanggung jawab atas pekerjaan atau tindakannya, tujuannya tentu juga untuk mengurangi tanggung jawab atas konsekuensi tindakannya (kesalahan) tersebut. Berkaitan sebagai salah satu instansi resmi milik negara, Diskominfo tidak bisa menghindari tanggung jawab dalam tugas dan fungsinya. Dalam hal itu, Diskominfo memegang penuh tanggungjawab akan kerusakan citra pemerintahan atas dampak yang terjadi akibat naiknya isu kasus korupsi tersebut.

“Kita punya tanggung jawab mba, Citra pemerintahan adalah sebagai wajah dari pimpinan daerah. Jika wajahnya saja sudah tidak bagus atau memiliki citra buruk, maka bagaimana masyarakat bisa melihat pimpinan daerah sebagai sesuatu yang bagus juga. Wajahnya saja sudah dipandang sebagai pelayanan yang buruk. Jadi memang semua yang berhubungan dengan citra pemerintahan apalagi

mengenai wajah kepemimpinan menjadi sesuatu yang wajib memiliki pandangan positif dimata masyarakat.” Dra. Asti Widyartini, M.Si, Nganjuk, Jumat 5 Mei 2023.

Dalam pernyataannya, bu Dra. Asti Widyartini, M.Si. menjabarkan mengenai tanggungjawab penuh Humas dalam segala penanganan isu kasus yang terjadi dalam institusi pemerintahan Kabupaten Nganjuk. Citra pemerintahan ada pada pimpinan daerah sehingga isu kasus apapun yang dialami oleh pimpinan daerah apalagi isu negatif merupakan masalah yang akan mempengaruhi segala institusi pemerintahan sehingga menjadi tanggungjawab dari Humas untuk tetap menjaga citra baik pemerintahan dan tidak bisa dengan mudah mengumbar isu negatif yang sedang terjadi.

3. *Reducing Offensiveness of Event.*

Dalam strategi ini, dikondisikan bahwa pihak yang melakukan kesalahan pantas diberikan keringanan. Dalam isu kasus yang terjadi, tentu media sosial sebagai sarana penyebaran informasi tidak bisa berhenti bergitu saja apalagi ketika isu kasus tersebut sedang naik, pasti banyak masyarakat yang mengejar informasi tersebut. Dalam upayanya, Diskominfo sebisa mungkin mengangkat prestasi dan informasi bahwa pemerintahan di Kabupaten Nganjuk teta berjalan degan baik.

“saya sebagai dari kominfo strateginya dengan cara memblowup prestasi-prestasi secara kabupaten.ya arah kami biar seimbang saja, jangan sampai karna kasus ini, prestasi kabupaten kita tidak dilihat. Kalo kita secara personel ya kita tidak bisa langsung tutupi atau pamerkan tapi ya kita seimbangkan saja.” Hanis Ary Wibisono, SE. Nganjuk, 6 Juni 2023

Berdasarkan pernyataan pak Hanis selaku Kepala Seksi bidang Strategi Komunikasi, bahwa Diskominfo melakukan strategi *Reducing Offensiveness of Event.* Dengan mengutip tindakan positif yang telah dilakukan di masa lalu dan bisa diterima publik dengan baik (*Bolstering*).

Gambar 3. Feed Instagram Kabupaten Nganjuk dalam upaya Diskominfo memberikan informasi bahwa pemerintahan tetap berjalan dengan baik meski dengan isu kasus yang naik.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti

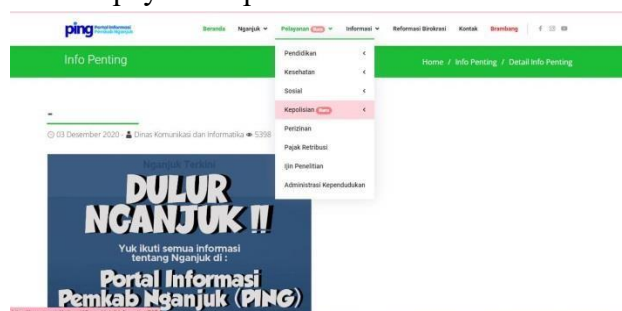
1. Corrective Action.

Strategi ini dilaksanakan dengan cara menjanjikan bahwa tindakan kesalahan yang terjadi akan diperbaiki kembali ke depannya. dengan janji-janji yang meyakinkan, diharapkan citra positif kembali lagi. Tentu dalam upaya pengembalian citranya Diskominfo melakukan evaluasi berdasarkan isu kasus yang terjadi bahwa secara sistem pemerintahan akan melakukan sistem transparansi pengelolaan pemerintahan.

“Salah satu upaya yang kita lakukan dalam penangan strategi komunikasi krisis saat itu adalah memberikan kepercayaan kepada masyarakat bahwa, kita melakukan langkah-langkah pendekatan anti korupsi sebagai bentuk upaya dan strategi komunikasi kita untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat yang saat itu sempat dilukai” Hari Purwanto, ST. Nganjuk 8 Mei 2023

Berdasarkan pernyataan pak Hari Purwanto, ST. Selaku Kepala Bidang Dinas Komunnikasi dan Informatika Kabupaten Nganjuk. Peneliti melihat adanya evaluasi dan tindakan pencegahan pasca terjadinya isu kasus korupsi tersebut. Hal ini juga sejalan dengan upaya keterbukaan informasi dari pemerintah kepada masyarakat merupakan salah satu hal penting yang dilakukan oleh Dinas Kominformo.

Gambar 4. Website Pusat Informasi Pemkab Nganjuk memiliki laman beragam yang disediakan dalam upaya transparansi keterbukaan informasi pemerintahan



Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti

2. Mortification.

Mengakui kesalahan, dan dengan jelas meminta pengampunan atas tindakan yang dilakukan. Strategi “penyiksaan diri” ini oleh Benoit disebut merupakan tema utama tulisan pakar komunikasi lainnya, yaitu Burke. Banyak cara untuk mengembalikan citra,

memulihkan reputasi, atau menjaga nama baik tetap berada di level yang diharapkan. Tentu saja semuanya harus dihitung dampak publik yang akan terjadi jika kita memilih salah satu strategi Benoit.

“tujuannya sih simpel mbak, kita ingin agar tidak kecolongan lagi seperti kasus korupsi kemarin. Kita maunya agar isu publik baik atau buruknya, kita ngga terlambat dan penyebaran informasi apalagi soal citra itu tetap baik. Dinas pemerintahan mana yang mau punya citra buruk padahal itu mempengaruhi kualitas layanan” Hari Purwanto, ST. Nganjuk 8 Mei 2023.

Hal itu mengakibatkan jajaran pemerintahan pun harus mengakui bahwa itu merupakan kasus yang tidak diperkirakan akan terjadi bahkan hingga melibatkan banyak jajaran instansi pemerintahan yang lainnya.

2. Analisa data Insight Instagram Diskominfo Kabupaten Nganjuk

Analisa data *insight* instagram ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana Diskominfo Kabupaten Nganjuk dapat menganalisis capaian dari postingan instagram Diskominfo Kabupaten Nganjuk pasca isu kasus Korupsi 2021 apakah sudah menjangkau target *audience* sebagaimana tujuan postingan tersebut sebagai upaya strategi krisis yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Nganjuk.

1. Engagement (Post Interaction)

□ Postingan Diskominfo pada tanggal 04 Mei 2021 Sebelum Terjadi Isu Kasus Korupsi 2021

Gambar 5. Post Interaction Diskominfo_nganjuk



Sumber: Dokumentasi pribadi

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada *engagement* instagram Diskominfo_nganjuk data yang diperoleh pada interaksi pada feed instagram (*post interaction*) pada postingan tanggal 4 Mei 2021 adalah sebanyak 60 interaksi. Kemudian ada sebanyak 198 jangkauan dari Instagram Diskominfo_nganjuk. Berdasarkan capaian hasil yang peneliti dapatkan hal ini menunjukkan bahwa masyarakat cenderung tidak terlalu memperhatikan postingan Diskominfo sebelum terjadi isu kasus korupsi 2021.

□ Postingan Diskominfo pada tanggal 11 Mei 2021 Saat Terjadi Isu Kasus Korupsi 2021

Gambar 6. Post Interaction Diskominfo_nganjuk



Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti

Hal ini justru berbeda pasca terjadinya isu kasus terjadi, dari data yang didapatkan peneliti, jangkauan *insight* dari instagram Diskominfo_nganjuk naik. Postingan tersebut mendapatkan 3x lebih banyak interaksi yaitu sebanyak 258 interaksi dari interaksi sebelumnya yang hanya sebanyak 60 interaksi. Postingan tersebut juga lebih banyak mendapat jangkauan yakni 204 jangkauan.

Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti dapat mengetahui bahwa reaksi yang diberikan masyarakat pasca terjadinya isu kasus korupsi lebih besar dibandingkan dengan reaksi informasi lainnya yang di berikan oleh diskominfo. Namun sesuai dengan tujuan.

“ya sesuai tujuan kita juga ya, kita memang tidak pernah survey ya tapi pengguna instagram itu cukup banyak. Kita menyesuaikan demand jadi kita menyesuaikan saja namun juga tidak meninggalkan apa yang mau kita sampaikan. Kita kan mencari media penyebaran informasi yang tujuan itu informasi yang kita sampaikan bisa diterima atau dipahami. Contoh kita kasi pengumuman ini tadi akan ada festival sedekah bumi nah kita sebar infonya ke Ig tapi seminggu lalu, takut-takut masyarakat lupa jadi kita ulang lagi beritanya biar masyarakat ingat dan sesuai tujuannya yaitu penyebaran informasi” Hanis Ary Wibisono, SE

Sehingga dari apa yang peneliti temukan dari perbandingan antara postingan sebelum terjadinya isu kasus korupsi dengan pasca terjadinya isu kasus tersebut sesuai dengan apa yang Diskominfo kab Nganjuk target dari capaian.

E. BAHASAN

Subjek pada penelitian ini adalah strategi komunikasi krisis yang dilakukan Diskominfo Kabupaten Nganjuk dalam mengatasi isu krisis pasca kasus korupsi. Komunikasi krisis sendiri merupakan strategi mengkomunikasikan apa yang ingin dikatakan, ingin dilakukan, dan apa yang sudah dilakukan organisasi dalam merespon krisis (Kriyantono (2012:192). Komunikasi Krisis sendiri mencakup berbagai upaya persiapan dan penerapan beberapa strategi dan taktik untuk menghentikan dampak negatif dari suatu peristiwa. Dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan

Diskominfo Kabupaten Nganjuk menggunakan model komunikasi *Image Restoration Theory* adalah salah satu dari berbagai teori yang masuk dalam manajemen citra, isu, dan krisis. Kriyantono (2014).

Teori *image restoration* dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks, baik itu individu maupun kelompok atau organisasi yaitu dalam membahas respon individu atau organisasi ketika citra dan reputasi positifnya terancam atau mengalami krisis. Dengan itu Strategi Komunikasi merupakan hal yang tidak mudah untuk dilakukan oleh siapapun dengan cara langsung maupun melalui saluran (Media) yang pada saat ini dengan mudah dicari dimana dan kapanpun, ini tantangan baru perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat untuk mencapai sebuah tujuan tersebut. Adapun dalam pengelolaan saluran media, Kominfo kabupaten Nganjuk mengupayakan penyebaran informasi yang secara luas dan maksimal.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah peneliti peroleh sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Nganjuk dalam upaya penanganan Strategi krisis sudah sesuai dengan capaian dari tujuan Komunikasi krisis itu sendiri (Suwono, 2011). Kesesuaian antara tujuan adanya strategi komunikasi krisis yang dilakukan komunikator (Diskominfo Kab Nganjuk) dengan hasil atau efek yang ingin didapatkan dari komunikasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan sudah berjalan dengan tepat. Teori *Image Restoration* sendiri merupakan salah satu dari berbagai teori yang masuk dalam manajemen citra, isu, dan krisis (Wardani et al., 2022).

Oleh karena itu didasarkan dari teori *Image Restoration* dari indikator keberhasilan, penulis dalam menyimpulkan beberapa point hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti:

1. Diskominfo Kab. Nganjuk dalam penerapan strategi komunikasi krisis melakukan berbagai upaya penanganan dengan tujuan yaitu mempertahankan citra positifnya dimata masyarakat. Dengan melakukan penyebaran informasi mengenai prestasi, pembangunan pusat dan daerah serta kinerja di pemerintahan.

2. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Diskominfo yaitu masyarakat kabupaten Nganjuk dan seluruh masyarakat Indonesia mengetahui bahwa pemerintahan kab Nganjuk berbenah atas isu kasus korupsi pada masa lalu dengan menjadi lebih terbuka dan menyediakan berbagai layanan melalui informasi di sosial media bahwa Pemerintahan Daerah Kabupaten Nganjuk tetapn berjalan dengan baik dan akan makin baik setelah isu kasus yang terjadi.

Dari hasil data keseluruhan yang diperoleh oleh peneliti, Penerapan Strategi Komunikasi Krisis yang dilakukan oleh Diskominfo Kab. Nganjuk dengan menggunakan salah satu media Instagram dalam penerapan strategi komunikasi pemerintah kabupaten nganjuk dalam pemulihan citra positif pasca isu kasus korupsi adalah menggunakan konten instagram yang di visualisasikan melalui gambar dan caption, dan telah berhasil mendapatkan atensi dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Komunikasi dan Informatika. (2018). *Profil Diskominfo Kabupaten Nganjuk*.
diskominfo.nganjukkab.go.id. <https://diskominfo.nganjukkab.go.id/profil/2> Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*.
Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Prenada Media Group.
Sari, Y. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Amazara (Studi Kasus Pemanfaatan Media Digital-Internet dalam Komunikasi Pemasaran PT Amazara Cipta Indonesia Tahun 2019-2020)*.
Setyowati, D. (2020). *Pengguna Internet Indonesia Naik Jadi 196,7 Juta, Peluang Bagi Startup*. katadata.co.id. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5fa911794f3e6/pengguna-internet-indonesia-naik-jadi-196-7-juta-peluang-bagi-startup>
Sulistiyanti, S. R., Setyawan, F. A., & Komarudin, M. (2016). *Pengolahan Citra; Dasar dan Contoh Penerapannya*.
Supada, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi. *COMMUNICARE*, 1(1), 92–100.
<http://search.ebscohost.com.libezproxy.dundee.ac.uk/login.aspx?direct=true&db=jlh&AN=65446077&site=ehost-live&scope=site>
Suwono, S. S. (2011). *Strategi Komunikasi dalam Proses Pengambilan Keputusan pada Musyawarah Perencanaan Pembangunan*. 1–14.
Wardani, E. F. J., Vidyarini, T. N., & Yogatama, A. (2022). Restorasi Citra Maybank Melalui Media Online Tribunnews.com Dan Detik.com. *Jurnal E-Komunikasi*, 10(1), 1–9.
Zebua, W. D. A., Utari, S. A., & Djuwardie, D. T. (2021). Komunikasi Krisis Grab Indonesia pada Kasus Kecelakaan Grabwheels dalam Menjaga Citra Perusahaan. *Communicator Sphere*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.55397/cps.v1i1.4>