

Analisis Komunikasi Krisis Situasional Trans TV (Studi Kasus Program Kopi Viral Episode Saipul Jamil)

Lia Amalia

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
liaamalia21@mhs.uinjkt.ac.id

Tantan Hermansah

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
tantan.hermansah@uinjkt.ac.id

Naschihah

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
naschihah@uinjkt.ac.id

ABSTRACT

Situational Crisis Communication Analysis on Trans Tv (Case Study of the Saipul Jamil Episode Kopi Viral Program) The presence of Saiful Jamil in the Trans Tv Viral Coffee program invited a lot of criticism from the public. Saiful's presence is considered a form of glorification of perpetrators of sexual violence against children, so it is inappropriate to appear in public spaces such as television. This is what causes the emergence of a communication crisis in the Trans Tv media organization so it requires fast and appropriate crisis response steps. Based on the picture above, this study aims to determine the steps of crisis evaluation and crisis response of the Trans Tv organization, in dealing with a communication crisis caused by the emergence of Saiful Jamil in the Viral Coffee program. So basically it can be seen that this research uses a qualitative approach, with the case study method. Data collection is done by way of interviews, documentation, and observation. The data processing method uses the Miles and Huberman technique, with three stages namely, reduction, presentation, and conclusion. Meanwhile, the theory used is Situational Communication Crisis Theory, which was introduced by Coombs. The results of this study indicate that the case crisis experienced by Trans TV, is categorized as an intentional crisis, and the crisis response steps used are diminished and rebuilt.

Keywords: organizational communication; crisis communications; scct; trans tv; kopi viral

Article Information:

Received (05 Juni 2023), Revised (01 Juli 2023), Published (19 Agustus 2023)

A. PENDAHULUAN

Kebebasan Saiful Jamil dari penjara pada tanggal 2 September 2021, menyisakan banyak problematika. Sebelumnya, ramai diberitakan mengenai kasus pencabulan anak dan penyusunan panitera Pengadilan Negeri Jakarta Utara oleh Saiful Jamil. Akibat dari perbuatannya tersebut, ia harus menerima hukuman penjara selama delapan tahun (menjadi lima tahun setelah dikurangi masa potongan dan remisi). (Putusan et al., 2017)

Saat bebas dari Lapas Kelas 1 Cipinang, Saiful Jamil disambut meriah dan dihadiri beberapa media. Ia dijemput menggunakan mobil Porsche dan diberi kalungan bunga sebagai tanda selamat karena telah bebas dari penjara. (Sahara, 2021) Lebih lanjut, kebebasan Saiful Jamil menjadi komoditas tertentu bagi program televisi dengan mengundangnya menjadi bintang tamu, sebut saja seperti program *variety show* Kopi Viral di Trans TV. (Ady Prawira Riandi, 2021)

Baik penyambutan dengan meriah yang diliput berbagai media, maupun munculnya Saiful Jamil pada program televisi, dinilai dapat menimbulkan kecaman dari publik karena dikhawatirkan berdampak negatif pada korbannya. Sementara itu, menurut Psikolog Dody Tri, "penjemputan Saiful memang boleh saja dilakukan sebagai ekspresi kebahagiaan keluarga, namun ketika hal itu diluapkan ke media, pasti akan memiliki dampak bagi orang yang terlibat dalam kasus sebelumnya, terutama korban." (Tanggapan Psikolog Soal Glorifikasi Saiful Jamil, n.d.)

Munculnya Saiful di berbagai media dianggap sebagai glorifikasi bagi pelaku kejahatan seksual sehingga banyak ditentang oleh publik. Kecaman atas glorifikasi tersebut terjadi di mana-mana, salah satunya di situs Change.org, lebih dari 300 tanda tangan telah dikumpulkan pada petisi hanya dalam hitungan jam untuk memboikot Saiful Jamil dari seluruh tayangan di media massa. KPI sebagai lembaga pengawasan penyiaran Indonesia kemudian mengeluarkan perintah untuk tidak mengglorifikasi kebebasan Saiful Jamil tersebut. (3 Jawaban Tegas KPI Soal Aturan Saiful Jamil Tampil Di Televisi Halaman All - Kompas.Com, n.d.)

Di lain sisi, kehadiran SJ pada program Kopi Viral menurut teori ekonomi media merupakan bentuk perubahan suatu entitas menjadi hal bernilai jual. Media berusaha mencari keuntungan sebesar mungkin dari kesempatan yang

ada di lapangan, termasuk kebebasan SJ yang viral. (Saraka & Amalia, 2023) Hal tersebut juga dapat ditinjau dari sisi komodifikasi media. Kehadiran SJ dimodifikasi agar menjadi nilai tukar dan menghasilkan keuntungan baik kepada media maupun bagi SJ dan manajemen. Namun, hal tersebut tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat kita, yang tertuang di Pancasila, Undang-Undang/peraturan tertulis, dan tidak tertulis lainnya.

Berdasarkan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Pelindungan Anak, kekerasan yang terjadi pada perempuan dan anak periode Januari 2022 hingga Februari 2023, tercatat sebanyak 17.948 kasus dengan kekerasan seksual sebanyak 7.841 kasus. Kekerasan dalam bentuk seksual merupakan salah satu jenis kekerasan yang tertinggi setelah kekerasan fisik. Lebih lanjut, rentan usia korban kekerasan mulai dari 13 hingga 25, dengan persentase 31.8% (13-17 tahun), 11,5% (18-24 tahun), 26% (24 tahun-dst). Berdasarkan data tersebut, setidaknya, korban kekerasan terbanyak berada pada kategori usia anak dan remaja dengan total 5.707 korban. (SIMFONI-PPA, n.d.) Lebih lanjut, data Bank Data Perlindungan Anak, Komisi Perlindungan Anak Indonesia, setidaknya dalam kurun waktu 2016-2020, terdapat 1.171 kasus kekerasan seksual terhadap anak, dan kekerasan dalam bentuk sodomi terhadap anak sebanyak 20 kasus, (Data Kasus Perlindungan Anak 2016 – 2020 | Bank Data Perlindungan Anak, n.d.) termasuk salah satunya yang dilakukan oleh Saiful Jamil.

Lebih lanjut, Kekerasan seksual terhadap anak terus menjadi fenomena gunung es, seperti data yang telah diuraikan di atas. Hal ini karena sebagian besar anak korban pelecehan seksual enggan melaporkannya. Kekerasan seksual terhadap anak dapat memberi dampak jangka panjang, selain masalah kesehatan di kemudian hari, juga terkait dengan trauma yang berlanjut hingga dewasa. Dampak trauma kekerasan seksual yang dialami anak, misalnya, selingkuh atau kehilangan kepercayaan anak pada orang dewasa, trauma seksual, impotensi, dan stigma negatif. Anak korban kekerasan seksual mungkin tidak memiliki masalah fisik, namun secara emosional dapat menimbulkan kecanduan, trauma, bahkan dendam. Jika kekerasan seksual terhadap anak tidak ditanggapi secara serius, maka dapat menimbulkan konsekuensi sosial yang luas di masyarakat. Semua pemangku kepentingan, seperti keluarga, masyarakat, lembaga media dan negara, harus memberikan perhatian yang besar terhadap penanganan dan penyembuhan trauma psikologis akibat kekerasan seksual. (Noviana, 2015)

Hal ini menjadi *warning* sekaligus penegas bahwa, kasus kekerasan terhadap anak dan remaja sangat rentan terjadi sehingga memerlukan banyak perhatian dari pemangku kebijakan agar hal serupa dapat diminimalisir sekecil mungkin. Salah satu bentuk nyata dari upaya pencegahan kasus kekerasan terhadap anak, khususnya yang berkaitan dengan kejahatan seksual, adalah peran tiap elemen masyarakat, termasuk dalam hal ini, media massa televisi. Kemunculan SJ, pada program Kopi Viral merupakan bentuk glorifikasi terhadap pelaku kejahatan seksual anak sehingga dinilai tidak sejalan dengan tujuan bersama dalam menghentikan kasus kekerasan dalam bentuk apa pun terhadap anak.

Sementara itu, menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, menjelaskan arah penyiaran harus menjunjung tinggi pelaksanaan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa; dan memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab. (Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, 2002) Pelaksanaan Pancasila sendiri merupakan bagian dari proses pembangunan nasional yang telah berproses sejak lama, dengan kontribusi komunikasi lintas agama dan budaya. (Andi Faisal Bakti, 2006) Kemunculan Saiful Jamil pada media penyiaran publik secara langsung mencederai nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar, dalam proses menjaga dan meningkatkan moralitas serta nilai-nilai agama. Pelanggaran yang dilakukan oleh Saiful bertentangan dengan moralitas dan nilai agama sehingga tidak layak untuk diberi ruang pada media penyiaran publik.

Lebih lanjut, asas, fungsi, tujuan dan arah siaran harus; 1) mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia; 2) Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja, dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran; 3) Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu; 4) isi siaran dilarang menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalah-gunaan narkoba dan obat terlarang; 5) Isi siaran dilarang

memperolokkan, merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia, atau merusak hubungan internasional.(Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, 2002)

Berdasarkan uraian di atas, kehadiran SJ pada program tersebut sangat bertolak belakang dengan nilai-nilai yang terkandung, baik dalam Undang-Undang Dasar dan Pancasila. Begitupula jika dikaitkan dengan asas, tujuan, fungsi, dan arah siaran yang senantiasa mengandung informasi yang bermafaat dan sesuai dengan nilai-nilai agam dan budaya. Kasus sebelumnya yang menjerat SJ merupakan perilaku yang menyimpang dari nilai-nilai budaya dan agama sehingga tidak layak diberi ruang dalam media massa. Munculnya SJ pada media massa juga dapat memunculkan perspespi pada masyarakat mengenai pelaku kejahatan seksual terhadap anak sehingga perilaku tersebut dianggap bukan hal tabu lagi, dan dapat menimbulkan trauma bagi para korban kekerasan seksual.

Kesadaran publik terhadap glorifikasi pelaku kekesaran seksual di berbagai media menimbulkan reaksi khalayak. Hal ini kemudian menyebabkan krisis yang berdampak besar bagi industri media massa, khususnya Trans TV yang mengundang secara langsung Saiful menjadi bintang tamu pada acara Kopi Viral. Sebagaimana dijelaskan dalam teori Komunikasi Krisis Situasional (SCCT) bahwa, krisis merupakan ancaman bagi kelangsungan organisasi, khususnya berkaitan dengan reputasi.(Coombs, 2007) Sehingga, dalam proses mempertahankan reputasi dan pemulihan reputasi pascakrisis membutuhkan *treatment* yang serius. Berangkat dari penjelasan tersebut, penelitian ini berusaha mengetahui langkah awal organisasi (Trans TV) dalam memetakan krisis tersebut, strategi dalam menanggulangi krisis, dan memulihkan reputasi pascakrisis.

B. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Dalam praktiknya proses penelitian akan melibatkan upaya-upaya untuk mengeskplorasi pesan dan makna sejumlah individu, seperti melakukan wawancara dengan narasumber, mengumpulkan data spesifik dari para partisipan, menganalisis data dan menafsirkan makna data.(Creswell & Creswell, 2018. h. 210)

Sementara itu, proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara. Observasi pada penelitian ini dikategorikan sebagai observasi nonpartisipan karena peneliti tidak ikut ambil bagian dalam proses penanganan krisis komunikasi pada program tersebut. Namun, hanya memperhatikan melalui media massa dan media *online*. Kemudian, proses pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan surat atau dokumen, gambar dan sejenisnya, baik dalam bentuk digital maupun dokumen fisik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Sementara proses wawancara pada penelitian ini merupakan sumber data utama.(Gunawan, 2013) Wawancara langsung dilakukan bersama Manajer *Public Relation* Trans TV, A. Hadiansyah Lubis pada tanggal 27 Januari 2023 di kantor Trans TV.

Dalam proses pengolahan data kualitatif, penulis akan menggunakan teknik triangulasi data dari Miles dan Huberman. Pada proses pengolahan data, Miles dan Huberman menerapkan kegiatan analisis yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan. Triangulasi dilaksanakan untuk menguji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data. Miles dan Huberman menyatakan ada tiga alur kegiatan analisis yang terjadi secara bersamaan, yaitu Reduksi Data yang berfokus pada pemilihan data yang kemudian berfokus pada tujuan penelitian. Kemudian, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan atau verifikasi.(Huberman, 2014)

Menganalisis data kualitatif, merupakan upaya yang berlanjut dan terus-menerus dilakukan hingga proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menjadi sebuah analisis yang berhasil. Untuk itu, peneliti akan melakukan reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama sisa waktu penelitian.

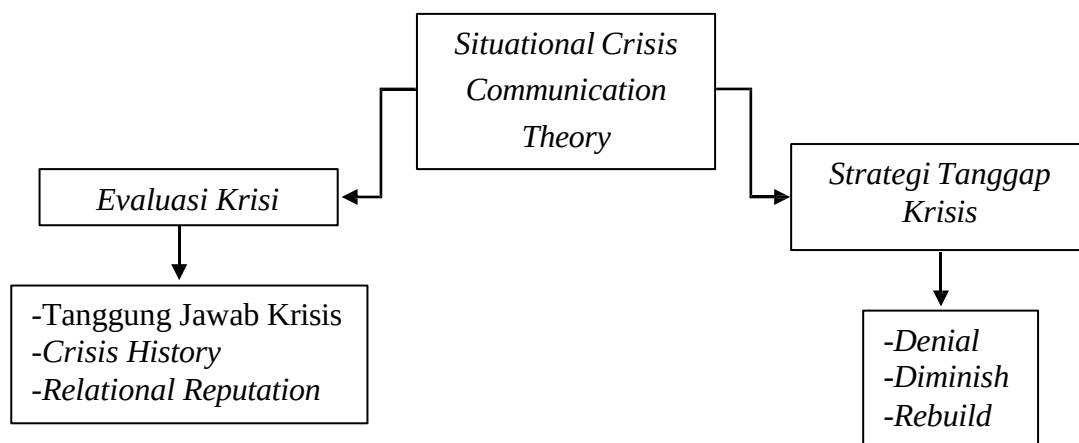
Adapun objek penelitian pada kajian ini ialah, Stasiun Trans TV, khususnya yang berkaitan dengan program Kopi Viral. Sementara subjek kajiannya ialah, Manajer *Public Relation* Trans TV. Data, informasi dan hasil wawancara yang didapatkan kemudian diolah sesuai dengan teknik yang telah penulis terangkan di atas.

C. KAJIAN TEORI

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) diperkenalkan oleh W. Timothy Coombs, teori ini mengemukakan bahwa, krisis merupakan ancaman bagi keberlangsungan sebuah organisasi, khususnya yang berkaitan dengan reputasi organisasi.(Coombs, 2007) Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui komunikasi krisis yang terjadi akibat tayangan Kopi Viral Trans TV yang mengundang Saiful Jamil sebagai bintang tamu. Sebagaimana telah dijelaskan di atas, SJ merupakan pelaku kekerasan seksual terhadap anak yang baru saja bebas dari penjara. Kasus tersebut dikupas menggunakan pendekatan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

Dasar *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) berangkat dari Teori Atribusi yang menggali sebab peristiwa krisis terjadi. Namun, *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) melihat secara luas dan memprediksi ancaman yang akan timbul dari krisis serta menentukan strategi respons untuk melindungi reputasi organisasi. *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) sendiri menggunakan paradigma subjektivisme karena ingin mengetahui dan mencari secara detail penyebab dari sebuah peristiwa krisis, dengan tujuan memprediksi ancaman reputasi dan menentukan strategi respons atas krisis tersebut, di mana setiap gejala dari sebuah kasus akan berbeda dalam penanganannya. Sehingga evaluasi ancaman dan strategi krisisnya akan berbeda-beda atau bersifat subjektif.(Coombs, 2007)

Konsep yang ditawarkan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dalam mengidentifikasi dan menentukan langkah penanganan krisis dibagi atas dua, yakni, langkah evaluasi krisis dan strategi tanggap krisis.(Coombs, 2007)



Bagan 1. Konsepsi SCCT

n

berdasarkan klaster yang ditawarkan oleh SCCT, yakni, (1) Klaster Korban, secara sederhana klaster korban ini adalah sebuah krisis yang terjadi akibat dari bencana dan segala hal yang bersumber dari alam. Sehingga organisasi dalam hal ini turut menjadi korban dari krisis tersebut. (2) Klaster *Accidental* bersumber dari kecelakaan karena kesalahan teknik, kerusakan, dan kegagalan produk karena masalah teknis. Peristiwa yang terjadi pada klaster ini adalah sesuatu yang terjadi karena ketidaksengajaan, dan di luar kendali organisasi. (3) Klaster *Intentional*, krisis terjadi karena kesengajaan yang bersumber dari *human error*, atau kesalahan yang disengaja oleh organisasi dengan maksud dan tujuan tertentu sehingga menyebabkan krisis yang berat.

Crisis history, merupakan sebuah krisis yang ditinjau pada beberapa kasus krisis serupa yang pernah terjadi di masa lalu, atau sebuah krisis yang berkelanjutan terjadi pada suatu organisasi. Lebih lanjut, pada bagian *relational reputation*, diartikan sebagai hubungan dengan reputasi, apa pun yang memiliki hubungan erat dengan konteks reputasi akan sangat berpengaruh pada sisi ini. Singkatnya, pada bagian *crisis history*, menekankan krisis yang serupa di masa lalu, atau yang berkelanjutan dan belum terselesaikan, sementara pada *relational reputation*, lebih menekankan pada relasi dari reputasi yang tidak berhubungan dengan konteks krisis saat itu, yang dilakukan oleh organisasi terhadap khlayak atau konsumen.

Konsep kedua yang ditawarkan oleh teori ini adalah strategi tanggap krisis. Pada bagian ini, Coombs, memberikan tiga strategi tanggap krisis berdasarkan jenis dari krisis, yakni, *Denial*, *Diminish*, dan, *Rebuild*. Tiap strategi memiliki ciri khas masing-masing dengan pendekatan sesuai krisis yang dihadapi.

Deny crisis response strategies dapat diartikan sebagai strategi penolakan terhadap tuduhan atau krisis yang dihadapi oleh organisasi. Strategi ini menawarkan tiga tahapan penolakan, yakni, *Attack the accuser*, atau menyerang penuduh, penyangkalan, dan *scapegoat*.

Diminish, langkah ini bisa diartikan sebagai tindakan untuk mengurangi atau memperkecil tanggung jawab organisasi terhadap sebuah krisis. Tahapan dalam strategi ini sendiri terbagi dua, yakni, *excuse* dan *justification*. *Excuse* berusaha untuk memberikan dalih atau alasan terhadap sebuah krisis yang

terjadi, seperti yang telah dicontohkan di atas. Krisis tersebut terjadi di luar dari kendali organisasi, seperti terjadinya bencana alam. Tahap selanjutnya, *justification*, merupakan tahap pembenaran, di mana organisasi meminimalkan atau memperkecil dampak dari krisis terhadap reputasi organisasi dengan membenarkan bahwa krisis yang terjadi tidak mungkin dapat dihindari secara manusiawi.

Rebuild, strategi ini dapat diartikan sebagai membangun kembali reputasi organisasi pascakrisis. Tahapan dalam strategi ini terbagi dua, yakni, *compensation* dan *apology*. *Compensation*, dilakukan dengan cara memberi hadiah atau uang kepada korban yang terdampak krisis tersebut dengan tujuan menyenangkan hati korban sehingga dapat meminimalkan krisis. Tahapan selanjutnya adalah *apology*, dilakukan dengan cara meminta maaf dengan sepenuhnya, dan organisasi secara terbuka akan bertanggung jawab penuh atas krisis yang terjadi terhadap para korban.

D. PEMBAHASAN

Bagian ini secara khusus akan mengupas mengenai proses evaluasi krisis dan strategi tanggap krisis yang dilakukan oleh *Trans TV* dalam mengatasi kasus krisis komunikasi dari tayangan *Kopi Viral* yang menghadirkan Saiful Jamil sebagai bintang tamu. Begitupula proses mengembalikan citra organisasi agar menjadi baik, dengan menggunakan pendekatan *Situasional Communication Crisis Theory*, yang dikemukakan oleh *Combs*.

Secara singkat, pada awal berdiri, citra yang dibangun oleh *Trans Tv*, adalah sebagai kanal televisi *tren center*, *life style*, dan *tv movie*. Hal ini dibangun dengan menggunakan berbagai *macam* cara, seperti *branding TV Movie*, dilakukan dengan cara menghadirkan film-film *box office*. Kemudian, program *Box Office* tersebut dipasarkan atau diiklankan di berbagai media, termasuk salah satunya *Kompas* selama kurang lebih satu tahun. Cara-cara tersebut merupakan gambaran singkat dari proses membangun citra *Trans TV*, sebagai televisi *tren center*.

Lebih lanjut, proses evaluasi krisis setidaknya melalui tiga tahapan sesuai konsep yang ditawarkan *SCCT* seperti yang telah disinggung sebelumnya. Tahapan awal, yakni, menentukan tanggung jawab krisis organisasi, kedua, melihat lebih jauh mengenai sejarah krisis yang pernah dialami oleh

organisasi, dan terakhir melihat dari sejumlah krisis yang terjadi, apakah terdapat krisis yang berhubungan dengan krisis yang sedang terjadi saat ini (*Kopi Viral* episode Saiful Jamil). Kemudian, dalam menentukan strategi tanggap krisis, *SCCT* menawarkan tiga cara, yakni, *denial* (penyangkalan), *deminish*, dan *rebuild*. Dari ketiga cara tersebut, tidak semua dapat diterapkan dalam strategi tanggap krisis yang terjadi pada kasus *Kopi Viral*.

a. Evaluasi Krisis

Para proses evaluasi krisis ini, organisasi *Trans Tv*, khususnya bagian *Public Relation*, mengupayakan berbagai hal untuk mencegah munculnya krisis. Hal ini yang secara tidak langsung luput dari pengamatan *SCCT*. Proses evaluasi krisis dalam konsepsi *SCCT* hanya dilakukan ketika krisis komunikasi telah muncul, namun tidak berupaya untuk mencegah munculnya krisis tersebut. Sementara itu, *Trans Tv* mencoba untuk membentuk tim yang memonitoring atau mengawasi konten yang akan tayang baik di media sosial, maupun di media *mainstream*. Di samping pengawasan dari tim *Trans Tv*, proses pencegahan krisis komunikasi juga dilakukan oleh lembaga eksternal/pemerintahan, seperti Komisi Penyiaran Indonesia (*KPI*). Hal ini dilakukan demi menghindari terjadinya krisis akibat tayangan atau program yang tidak sejalan dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat.

Evaluasi krisis *Trans Tv* sendiri dikelompokkan pada dua bentuk, yakni, evaluasi krisis internal, dan eksternal. Evaluasi krisis internal dilakukan dengan cara melakukan rapat atau pertemuan dengan jajaran terkait untuk menentukan jenis atau klaster krisis. Sementara evaluasi krisis secara eksternal melibatkan Komisi Penyiaran Indonesia (*KPI*) dalam memetakan dan mengevaluasi krisis dan berusaha mencegah munculnya krisis yang lebih besar.

Proses evaluasi krisis pada program *Kopi Viral* episode Saiful Jamil, dilakukan secara cepat dan tepat. Pengamatan penulis berdasarkan data-data yang dikumpulkan, baik dalam bentuk wawancara, dokumentasi, dan observasi, klaster tanggung jawab krisis yang terdapat pada program *Kopi Viral* episode Saiful Jamil termasuk dalam kategori klaster intensional atau disengaja. Kehadiran SJ dalam program tersebut telah melalui kesepakatan tim produksi *Kopi Viral* dengan alasan-alasan tertentu sehingga hal tersebut merupakan kesengajaan yang dibuat. Klaster intensional sendiri merupakan klaster

tanggung jawab krisis yang paling berat dan secara langsung dapat memengaruhi reputasi organisasi. Sementara itu, klaster korban merupakan klaster yang paling rendah dalam memengaruhi reputasi organisasi karena pada kasus ini, organisasi juga menjadi korban dari sebuah krisis. Lebih lanjut, klaster insiden sendiri merupakan krisis yang terjadi karena adanya kelalaian, namun kelalaian tersebut terjadi di luar kuasa manusia atau di luar kontrol sehingga menyebabkan krisis. Pada klaster ini, reputasi organisasi mendapat pengaruh yang moderat terhadap krisis yang terjadi.(Coombs, 2007)

Berdasarkan penjelasan di atas, kategori tanggung jawab krisis pada kasus *Kopi Viral* episode Saiful Jamil dikategorikan sebagai klaster intensional, sehingga dikategorikan sebagai krisis yang berat dan memberi dampak besar juga bagi reputasi organisasi. Namun, di lain sisi, berdasarkan penuturan Manager *Public Relation Trans Tv*, dalam penyelesaiannya, kasus *Kopi Viral* dikategorikan sebagai krisis yang mudah atau sedang. Menurutnya, besar tidaknya sebuah krisis komunikasi yang terjadi tergantung pada pengalaman atau jam terbang dari orang-orang yang ada dalam organisasi tersebut. *Treatment* dan langkah-langkah yang diambil merupakan proses atau perjalanan panjang dari pengalaman yang telah berlangsung lama sehingga krisis yang biasanya dianggap berat akan menjadi lebih mudah diatasi.

Evaluasi krisis selanjutnya berusaha melihat sisi *crisis history* (riwayat krisis) dan *relational reputation* (relasi antar kasus sebelumnya). Riwayat krisis condong melihat secara umum krisis komunikasi yang terjadi pada organisasi dan memiliki kaitan dengan krisis komunikasi yang terjadi saat ini, serta berkelanjutan terjadi pada organisasi tersebut. Sementara itu, *relational reputation*, lebih khusus melihat kasus krisis yang berhubungan dengan reputasi organisasi, dan tidak memiliki hubungan dengan krisis yang terjadi saat ini.(Coombs, 2007)

Tiap organisasi media pasti pernah mengalami krisis komunikasi sehingga membutuhkan penanganan yang cepat dan tepat agar tidak menggerus reputasi organisasi. Dari pengamatan penulis, setidaknya ada lima kasus besar yang pernah terjadi di Trans Tv dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan, termasuk salah satunya kasus *Kopi Viral* episode Saiful Jamil. Tiga kasus di antaranya secara umum dikategorikan sebagai krisis komunikasi yang tidak berdampak

bagi reputasi organisasi dan tidak berlangsung lama dan berkelanjutan hingga saat ini. Ketiga kasus tersebut adalah, *Extravagnza*, *Ngelenong Nyok*, dan *Suami-Suami Takut Istri*.(Trans TV Evaluasi Tiga Tayangan, n.d.) Program-program tersebut dinilai merugikan pemirsa dan mengandung banyak pelanggaran sehingga, KPI memberikan teguran langsung kepada *Trans Tv*. Secara garis besar, ketiga program tersebut tidak memiliki kesamaan dan keterkaitan dengan kasus *Kopi viral*, serta tidak berpengaruh secara langsung pada reputasi organisasi *Trans Tv* karena hanya dalam bentuk teguran dari KPI dan tidak menimbulkan protes dan kecaman dari masyarakat.

Pada kasus *Kopi Viral*, peneliti melihat terdapat kesamaan dengan kasus program *Yuk Kita Smile* (YKS) yang dianggap melecehkan Benyamin S. (*Lecehkan Benyamin S., Acara YKS Trans TV Diprotes - Metro Tempo.Co*, n.d.) Kesamaan pada dua kasus komunikasi krisis ini dilihat dari sisi tanggung jawab krisis, yakni, organisasi media berada pada klaster intensional atau munculnya krisis diakibatkan kesengajaan dari tim produksi, kru, dan pemain pada program tersebut. Di samping itu strategi tanggap krisis yang dilakukan juga memiliki kemiripan, yakni adanya permintaan maaf secara langsung dan terbuka atas kesalahan dan kelalaian dalam kedua program tersebut. Dari kedua kasus tersebut juga, pengaruh yang disebabkan sangat besar bagi reputasi organisasi *Trans Tv*, karena membuat masyarakat bereaksi baik melalui media sosial (*Kopi Viral*- 300 ribu orang menandatangani petisi di *Change.org*)(Ady Prawira Riandi, 2021) dan demonstrasi masyarakat dari berbagai unsur karena pelecehan Benyamin S pada program *Yuk Kita Smile*. (*Lecehkan Benyamin S., Acara YKS Trans TV Diprotes - Metro Tempo.Co*, n.d.)

b. Strategi Tanggap Krisis

Proses tanggap krisis yang dilakukan oleh pihak *Trans Tv* setelah muncul krisis komunikasi yang disebabkan program *Kopi Viral* episode Saiful Jamil, adalah dengan mengadakan pertemuan dan melaporkan kejadian tersebut ke dewan direksi hingga *owner media*, yakni Pak Khirul Tanjung. Hal tersebut dilakukan agar meminimalisir terjadinya *miss* komunikasi dan persepsi mengenai kasus *Kopi Viral*. Setelah kasus tersebut muncul, bagian humas, langsung melakukan analisis singkat dan menentukan klaster tanggung jawab krisis. Berdasarkan hasil analisis tersebut, Kepala Humas menetapkan bahwa

kasus *Kopi Viral* merupakan bentuk kelalaian dan kesengajaan sehingga secara langsung dapat memengaruhi reputasi organisasi.

Berdasarkan kajian SCCT, kasus *Kopi Viral* dikategorikan sebagai klaster intensional karena *adanya* kesengajaan dalam menghadirkan Saiful Jamil sebagai bintang tamu pada program tersebut. Hal tersebut meskipun tidak dilakukan secara sadar, klasifikasi tanggung jawab krisis dan cara penanganan (tanggap krisis) yang dilakukan oleh bagian Humas *Trans Tv*, bersesuaian dengan konsep yang ditawarkan oleh SCCT dalam menangani krisis komunikasi. Kesadaran mengenai tanggung jawab krisis tersebut, secara otomatis akan mengantarkan pada proses pengambilan keputusan (berkaitan strategi tanggap krisis), yang sesuai, yakni, dengan melakukan klarifikasi dan permintaan maaf kepada publik, serta mengakui bahwa kehadiran Saiful Jamil pada program *Kopi Viral* merupakan kesengajaan dan bentuk kelalaian dari tim produksi.

Berdasarkan pemaparan di atas, strategi tanggap krisis yang dilakukan oleh tim Humas *Trans Tv*, dikategorikan sebagai bentuk tanggap krisis *deminish* dan *rebuild*. *Deminish* diartikan sebagai bentuk tindakan untuk mengurangi tanggung jawab krisis organisasi terhadap sebuah krisis. Tahapan *diminish* dilakukan dengan dua cara, yakni, *excuse* (memberikan alasan/dalih) dan *justification* (pembenaran). Tindakan yang dilakukan oleh Humas *Trans TV* dalam mengurangi tanggung jawab krisis tersebut terlihat dari munculnya kesadaran bahwa krisis tersebut terjadi karena kesengajaan dan kelalaian tim produksinya (*excuse*). Meskipun secara singkat ini dapat dipahami berbeda, namun, menurut H. Lubis (kepala Humas *Trans Tv*) bentuk kejujuran dan keterbukaan dalam menangani sebuah kasus komunikasi krisis dapat memberi efek positif bagi reputasi organisasi sehingga dapat mengurangi tanggung jawab krisis (*justification*).

Pada tahapan selanjutnya, strategi tanggap krisis yang dilakukan oleh pihak *Trans Tv*, yakni dengan cara meminta maaf langsung terhadap siapa saja yang merasa dirugikan atas tayangan *Kopi Viral*. Permintaan maaf tersebut disampaikan secara langsung, baik melalui media massa, media sosial serta di program *Kopi Viral*. Permintaan maaf juga *disampaikan* oleh masing-masing kru serta seluruh bagian dari program *Kopi Viral*, dan *Trans TV*, termasuk para artis yang terlibat. Menurut Hadi Lubis, hal ini dilakukan karena,

permintaan maaf tersebut harus berasal dari seluruh tim yang terlibat pada program *Kopi Viral* sehingga dapat mengurangi dampak dari krisis komunikasi yang terjadi.

Setelah melakukan proses *apology*, *Trans Tv* kemudian menutup program *Kopi Viral* sebagai bentuk tanggung jawab atas hadirnya Saiful Jamil pada program tersebut. Penutupan *program* tersebut merupakan bentuk keseriusan dari *Trans TV* untuk senantiasa mendengar masukan dan kritik dari berbagai elemen masyarakat agar siaran televisi senantiasa berkualitas dan dapat menghibur. Di samping itu, penutupan program tersebut secara langsung bisa mengurangi dampak dari krisis komunikasi yang disebabkan hadirnya pelaku kejahatan seksual anak, Saiful Jamil.

Kedua tahapan tersebut dapat dikategorikan sebagai bagian dari *rebuild* atau membangun kembali reputasi organisasi, sesuai dengan konsep yang ditawarkan oleh SCCT. Tahap awal yang dilakukan oleh pihak *Trans Tv* adalah dengan melakukan permintaan maaf atau *apology* (dalam istilah SCCT). Permintaan maaf dilakukan dengan sepenuhnya atas krisis yang terjadi terhadap para korban atau pihak yang merasa dirugikan dengan tayangnya program tersebut. Setelah melakukan proses permintaan maaf tersebut, pihak *Trans Tv* menutup program tersebut yang merupakan bentuk kompensasi (*compensation* dalam istilah SCCT). Langkah kompensasi merupakan tindakan memberi hadiah atau uang kepada para korban yang terdampak, namun karena luasnya dampak dari media massa sehingga bentuk kompensasi dari kasus tersebut dilakukan dengan cara menutup program *Kopi Viral* agar dapat menyenangkan hati para korban atau pihak yang terdampak agar reputasi organisasi dapat kembali menjadi baik.

Meskipun dalam proses tersebut, Kepala Humas menekankan bahwa dalam mengatasi kasus krisis komunikasi tidak terdapat SOP atau langkah-langkah khusus dan baku, namun, secara umum proses evaluasi dan tanggap krisis yang dilakukan pada kasus ini merujuk pada teoritis komunikasi krisis situasional. Mulai dari proses evaluasi krisis, di mana para pemangku kebijakan di *Trans Tv* awalnya melakukan rapat dalam menentukan krisis yang terjadi pada program *Kopi Viral* termasuk dalam klaster intensional atau kesengajaan dan kelalain tim. Kemudian, pada proses menentukan strategi tanggap krisis, didahului dengan

memberikan alasan kuat dan pembenaran mengenai kejadian tersebut bahwa itu adalah bentuk kelalaiannya tim produksi, dan merupakan kesengajaan yang tidak dapat diantisipasi sedini mungkin. Lebih lanjut, proses memperbaiki citra organisasi dilakukan dengan cara melakukan permintaan maaf (*apology*) secara langsung di media massa, media *online*, dan pada program *Kopi Viral*, serta kompensasi (*compensation*) dengan cara menghentikan program *Kopi Viral*.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis di atas, peneliti merumuskan beberapa kritik, saran dan langkah-langkah untuk riset kedepannya yang berkaitan dengan komunikasi krisis situasional dalam sebuah organisasi atau lembaga, khususnya yang bersentuhan langsung dengan publik seperti media massa televisi.

Pertama, proses pengambilan keputusan mengenai isi program pada *Kopi Viral*, khususnya berkaitan dengan hadirnya bintang tamu Saiful Jamil tidak melalui pertimbangan matang dan filtrasi manajemen risiko sehingga sangat rawan menimbulkan krisis yang berefek pada reputasi organisasi media (*Trans Tv*). Manajemen risiko sendiri berfungsi sebagai bentuk identifikasi kejadian potensial yang dapat mengancam entitas/organisasi. (*Manajemen Risiko Perusahaan - Pardjo YAP - Google Books*, n.d.). Demi menjaga reputasi organisasi, diperlukan hadirnya *gate keeper*, yang secara rutin memberi saran dan masukan untuk tim produksi pada tiap program agar setiap konten media yang dihasilkan tidak mengorbankan reputasi organisasi media.

Kemudian, dalam proses penelitian ini ditemukan beberapa poin penting yang dapat dikembangkan pada penelitian-penelitian selanjutnya. Pertama, pada bagian ini, peneliti mencoba menjabarkan hal yang tidak disinggung dalam SCCT, yakni, pendekatan informal dalam proses penanganan krisis. Konsep-konsep yang ditawarkan SCCT cenderung bersifat formal (pendekatan formal) dalam menyelesaikan sebuah krisis komunikasi. Sementara, dalam penelitian ini, penulis menemukan, hal-hal yang bersifat informal (pendekatan informal) dalam menyelesaikan setiap krisis komunikasi dalam sebuah organisasi. Pendekatan informal ini semestinya tidak diabaikan dan dipandang sebelah mata karena pada praktiknya, pendekatan tersebut memberi efek positif dalam proses penyelesaian krisis komunikasi.

Pendekatan informal tergambar dari beberapa kasus yang telah disebutkan di atas, seperti pada program *Yuk Kita Smile*, yang menyinggung tokoh betawi, Benyamin S. dalam tayangannya. Pendekatan informal berupa menghadirkan penengah yang berasal dari orang Betawi memudahkan proses penyelesaian krisis komunikasi. Begitupula, menurut Hadi Lubis (manajer Humas *Trans TV*), seorang *public relation*, harus membangun *networking* yang baik, bukan hanya dalam lingkup formal saja, tetapi juga informal. Kembali lagi, pada kasus Benyamin S., adanya hubungan informal antara humas *Trans Tv* dengan pihak yang melayangkan protes terhadap program *Yuk Kita Smile*, menjadikan proses mediasi dan penyelesaian krisis komunikasi menjadi lebih mudah terselesaikan.

Daftar Pustaka

- 3 Jawaban Tegas KPI soal Aturan Saipul Jamil Tampil di Televisi Halaman all - *Kompas.com*. (n.d.). Retrieved August 8, 2022, from <https://www.kompas.com/hype/read/2021/09/10/090246266/3-jawaban-tegas-kpi-soal-aturan-saipul-jamil-tampil-di-televisi?page=all>
- Ady Prawira Riandi. (2021). Trans TV Minta Maaf karena Undang Saipul Jamil di Acara Kopi Viral. *Kompas*, 1. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/09/06/122502966/trans-tv-minta-maaf-karena-undang-saipul-jamil-di-acara-kopi-viral>
- Andi Faisal Bakti, P. D. (2006). *Nation Building*. Churia Press.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *Sage Publications, Inc.* (Vol. 53, Issue 9). file:///C:/Users/Harrison/Downloads/John W. Creswell & J. David Creswell - Research Design_ Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (2018).pdf%0Afile:///C:/Users/Harrison/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Creswell, Cr
- Data Kasus Perlindungan Anak 2016 – 2020 | Bank Data Perlindungan Anak. (n.d.). Retrieved January 9, 2023, from <https://bankdata.kpai.go.id/tabulasi-data/data-kasus-perlindungan-anak-2016-2020>
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Huberman, M. B. M. and A. M. (2014). An analytic approach for discovery. In *SAGE*

Publications (Vol. 1304). Sage Publications.

Lecehkan Benyamin S., Acara YKS Trans TV Diprotes - Metro Tempo.co. (n.d.). Retrieved February 21, 2023, from <https://metro.tempo.co/read/587632/lecehkan-benyamin-s-acara-yks-trans-tv-diprotes>

Manajemen Risiko Perusahaan - Pardjo YAP - Google Books. (n.d.). Retrieved February 22, 2023, from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=AA1fDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA89&dq=manajemen+risiko&ots=0YpuUSk1r5&sig=i58cW8gxZ46U8gfgU0hA2biYgyY&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemen risiko&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=AA1fDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA89&dq=manajemen+risiko&ots=0YpuUSk1r5&sig=i58cW8gxZ46U8gfgU0hA2biYgyY&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemen%20risiko&f=false)

Noviana, I. (2015). Kekerasan Seksual Terhadap Anak: Dampak Dan Penanganannya. *Sosio Informa*, 1(1), 13–28. <https://doi.org/10.33007/inf.v1i1.87>

Putusan, D., Agung, M., Indonesia, R., Munajat, Z., Hurmuja, D., & Syanif, A. (2017). *Direktorat Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia.*

Sahara, W. (2021). Pakar hukum sayangkan kebebasan Saipul Jamil disambt bak pahlawan. *Kompas.Com.* <https://nasional.kompas.com/read/2021/09/04/14543581/pakar-hukum-sayangkan-kebebasan-saipul-jamil-disambut-bak-pahlawan?page=all>

Saraka, M. Y., & Amalia, L. (2023). *Analisis Produksi Siaran Berita CNN Indonesia Newsroom ; Studi Hierarki Pengaruh Level Rutinitas Media.* 7(1), 15–35. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.792>

SIMFONI-PPA. (n.d.). Retrieved February 6, 2023, from <https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan>

Tanggapan Psikolog Soal Glorifikasi Saipul Jamil. (n.d.). Retrieved August 8, 2022, from <https://www.jawapos.com/entertainment/infotainment/06/09/2021/tanggapan-psikolog-soal-glorifikasi-saipul-jamil/>

Trans TV Evaluasi Tiga Tayangan. (n.d.). Retrieved February 21, 2023, from <https://nasional.kompas.com/read/2008/07/17/03273954/~Nasional>

Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, 5 *Academy of Management Journal* 11 (2002).