

IMPLEMENTASI MANAJEMEN KRISIS OLEH PLAZA INDONESIA DAN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) (Literature Review Kasus Kekerasan terhadap Hewan dan Pelecehan Seksual)

Tiara Oktaviana¹, Amelia Nuriyani², Ghina Fadya Armani³, Lilik Sumarni⁴
^{1,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Jakarta

* tiaraokta2003@gmail.com

Abstrak

Studi ini melihat bagaimana Plaza Indonesia dan PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) menggunakan manajemen krisis untuk menangani dua insiden penting, kekerasan terhadap hewan dan pelecehan seksual. Penelitian ini menunjukkan kesulitan dan peluang yang dihadapi organisasi dalam mengelola reputasi mereka di era internet dengan fokus pada penggunaan media sosial sebagai alat penyebaran informasi. Penelitian ini menemukan bahwa transparansi, respons cepat, dan pemantauan media sosial adalah komponen penting dalam manajemen krisis. Kasus di KRL menunjukkan masalah keselamatan penumpang, terutama perempuan, sedangkan insiden di Plaza Indonesia menunjukkan pentingnya etika dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menekankan bahwa organisasi harus membuat metode komunikasi yang efektif untuk membangun kembali kepercayaan publik dan mempertahankan citra mereka setelah krisis. Organisasi dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan komunikasi yang rumit di masa depan dengan memahami dinamika media sosial.

Kata Kunci: Manajemen Krisis, Media Sosial, Reputasi

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu pilar utama komunikasi dan interaksi sosial. Media sosial telah berkembang menjadi alat komunikasi yang sangat efektif yang telah mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok tidak hanya mengubah cara individu berkomunikasi, namun juga memengaruhi cara informasi disebarluaskan dan diterima oleh masyarakat. Dengan jutaan pengguna aktif di seluruh dunia, media sosial mempunyai kemampuan untuk menyebarkan informasi dengan sangat cepat, baik itu berita positif maupun negatif. Dalam konteks manajemen krisis, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai

platform untuk berbagi informasi, tetapi juga ruang bagi publik untuk menyampaikan pendapat dan menuntut pertanggungjawab.

Krisis seringkali dapat menghancurkan organisasi, proses pencegahan, pengendalian, dan pengelolaan akan menjadi lebih efisien ketika seluruh manajemen terlibat dalam penanganan krisis. Tujuan utama manajemen krisis untuk mengurangi efek negatif dari suatu peristiwa melalui persiapan yang matang dan penerapan strategi dan taktik yang tepat. Krisis yang terjadi di era media sosial dan digital dapat menimbulkan bahaya dengan frekuensi yang lebih besar. Tidak lagi organisasi atau media tradisional yang mengendalikan penyebaran informasi, pengguna media sosial mengancam reputasi bisnis di dunia maya.

Salah satu kekuatan terbesar media sosial mampu membentuk opini publik, informasi yang menjadi viral di media sosial dapat menyebar dengan cepat dan menghasilkan berbagai reaksi, dukungan hingga kecaman. Selama krisis, penggunaan media sosial dapat memperburuk keadaan atau bisa membantu proses pemulihan, tergantung pada bagaimana organisasi menanganinya. Tanpa verifikasi yang memadai, informasi dapat menyebar dengan cepat, menimbulkan risiko bagi individu dan perusahaan, hoaks dan informasi sensitif dapat dengan cepat menyebar, menimbulkan kepanikan, kecurigaan, dan kerusakan reputasi yang signifikan. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana media sosial berfungsi sebagai alat penyebaran informasi dan bagaimana mereka dapat mengelola kerusakan yang disebabkan oleh dinamika ini.

Dalam penelitian ini penulis, membahas krisis yang menimpa Plaza Indonesia yang ramai di sosial media karna salah satu staff terekam sedang melakukan kekerasan terhadap hewan dan krisis yang menimpa PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) mengenai pelecehan seksual yang terjadi di KRL rute Bekasi - Kampung Bandan. Penulis juga membahas bagaimana cara Public Relations perusahaan menangani krisis yang sedang terjadi.

Dari dua krisis tersebut, penulis menemukan permasalahan utama yaitu, Krisis Plaza Indonesia melibatkan etika dan tanggung jawab sosial, di mana kekerasan terhadap hewan menyebabkan dampak negatif bagi citra Plaza Indonesia dan memicu reaksi publik yang luas. Namun, kasus pelecehan seksual yang terjadi di KRL menunjukkan masalah keselamatan penumpang yang lebih luas, terutama perempuan yang menggunakan transportasi publik. Situasi ini menunjukkan bahwa masih banyak masalah dalam menciptakan lingkungan transportasi yang aman bagi semua orang.

Maka dari itu, tujuan adanya penelitian ini untuk mengidentifikasi manajemen krisis yang digunakan Plaza Indonesia dan PT KAI (PERSERO) dalam menangani insiden kekerasan terhadap hewan dan pelecehan seksual, termasuk analisis seberapa efektif tindakan yang diambil untuk menangani situasi dan bagaimana hal itu mempengaruhi reputasi organisasi. Penelitian ini juga ingin mengetahui bagaimana persepsi masyarakat tentang tindakan yang diambil dan bagaimana hal itu mempengaruhi hubungan antara organisasi dan komunitas.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan literature review yang memungkinkan peneliti tidak hanya berfokus pada pengumpulan data dari lapangan, tetapi juga memanfaatkan berbagai sumber literatur yang telah ada sebagai dasar untuk analisis dan interpretasi. Penelitian menggunakan metodologi kualitatif agar dapat menekankan pencarian

makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik; mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara narrative. Dari sisi lain, secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Yusuf, 2017).

Menurut Synder, literatur review adalah metodologi penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan intisari dari penelitian sebelumnya dan menganalisis pendapat para ahli dalam teks, menunjukkan bahwa literatur review tidak hanya merangkum informasi tetapi juga melibatkan analisis kritis terhadap penelitian saat ini yang membantu penulis memahami bagaimana pengetahuan di bidang tertentu berkembang. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai perspektif, teori, dan temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang sedang mereka pelajari. Penelitian kualitatif memerlukan ulasan literatur sebagai dasar teoritis yang kuat. Peneliti dapat membuat pertanyaan penelitian yang lebih spesifik dan relevan dengan melihat penelitian sebelumnya untuk menemukan kesalahan dalam penelitian saat ini. Selama proses ini, dokumen tertulis seperti artikel jurnal, buku, disertasi, dan dokumen lainnya yang terkait dengan topik penelitian dicari, dikumpulkan, dan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori manajemen komunikasi sebagai cara untuk mengelola komunikasi organisasi antar individu atau kelompok. Manajemen komunikasi, menurut Michael Kaye, adalah bagaimana seseorang mengelola cara mereka berkomunikasi dengan orang lain dalam berbagai situasi, seperti komunikasi interpersonal, kelompok, dan massa. Dalam organisasi, manajemen komunikasi sangat penting karena dapat meningkatkan kinerja operasional, memperkuat hubungan internal dan eksternal dan membantu menciptakan citra publik yang positif. Dengan memahami dan menerapkan teori ini, organisasi dapat menangani tantangan komunikasi yang kompleks di era modern dengan lebih baik.

Secara harfiah, manajemen adalah ilmu untuk menyelesaikan pekerjaan melalui perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan memimpin. Sedangkan komunikasi diartikan sebagai proses interaktif antara individu atau kelompok untuk menyampaikan dan memperoleh informasi untuk berhubungan dalam lingkungan orang lain. Oleh karena itu, konsep manajemen komunikasi merupakan kombinasi dari konsep komunikasi dan teori manajemen, yang dapat diterapkan pada berbagai lingkungan komunikasi. (Adolph, 2016)

Definisi manajemen krisis adalah proses respons dan penyelesaian terhadap situasi krisis. Manajemen krisis juga mencakup tanggung jawab organisasi dalam menangani masalah yang muncul sebagai hasil dari krisis. Dalam hal ini, Plaza Indonesia dan PT KAI harus memiliki rencana komunikasi yang jelas untuk mengatasi dampak buruk dari insiden tersebut. Dengan menerapkan tahapan manajemen krisis dan rencana komunikasi yang tepat, kedua organisasi dapat mengurangi dampak buruk dari insiden tersebut dan membangun kembali kepercayaan publik. Dengan menggunakan teori ini, penulis akan membandingkan dan menganalisis dua krisis yang terjadi pada dua perusahaan yang berbeda, serta menganalisis strategi komunikasi Public Relations perusahaan untuk menangani krisis tersebut.

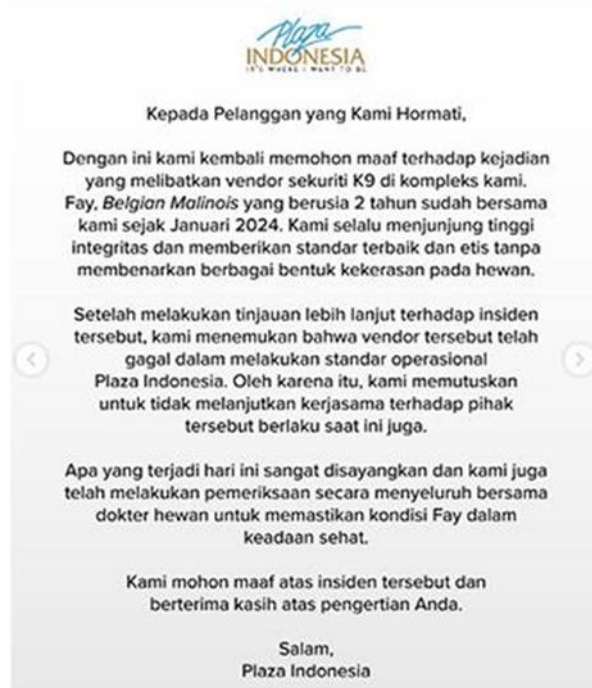
Krisis Plaza Indonesia

Krisis yang terjadi di Plaza Indonesia pada Juni 2024 merusak reputasinya karena kekerasan terhadap hewan. Video yang diposting di media sosial yang menunjukkan petugas keamanan memukuli seekor anjing K-9 yang bernama Fay, nama satwa yang digunakan dalam operasi keamanan. Petugas keamanan bernama Nasarius memukuli anjing penjaga itu di kepalanya beberapa kali. Video yang beredar direkam dan diunggah oleh *make-up artist* (MUA) Marlene Hariman, kemudian menjadi viral setelah artis papan atas Robby Purba mengunggah ulang insiden pemukulan pada hewan anjing penjaga tersebut. Dikenal sebagai seorang selebritas yang peduli terhadap kesejahteraan hewan, Robby Purba menyuarakan keprihatinannya terhadap kasus kekerasan terhadap hewan melalui unggahannya, mengecam tindakan keamanan, dan mendorong publik untuk mengambil tindakan. Publik menyatakan dukungan dan kritik atas unggahan Robby Purba yang memiliki pengaruh besar terhadap insiden tersebut (Nur & Akbar, 2024).



Gambar 1. Rekaman Video Security Plaza Indonesia Melakukan Kekerasan Terhadap Hewan

Polda Metro Jaya segera menyelidiki video yang tersebar luas, dan hasilnya menunjukkan bahwa security Nasarius berusaha menyelamatkan seekor anak kucing yang hampir diserang oleh anjing penjaga. Selain itu, Nasarius juga telah memberikan klarifikasi atas video viral yang menunjukkan dirinya melakukan kekerasan pada hewan. Dalam klarifikasinya, Nasarius mengatakan bahwa aksinya tersebut bukan untuk menyakiti hewan anjing penjaga, namun ingin berusaha menyelamatkan anak kucing dari terkaman hewan anjing itu dan Nasarius juga mengklarifikasi bahwa ia tidak dipekerjakan lagi dari pekerjaannya sebagai security di Plaza Indonesia. Untuk menangani masalah tersebut, manajemen Plaza Indonesia dengan cepat mengeluarkan pernyataan resmi di media sosial. Dalam pernyataan tersebut, mereka menyampaikan rasa penyesalan yang mendalam atas insiden tersebut dan memohon maaf kepada publik, khususnya komunitas pecinta hewan. Pernyataan permohonan maaf Plaza Indonesia diunggah melalui akun resmi Instagramnya, @plazaindonesia.



Gambar 2. Permohonan Maaf Plaza Indonesia Melalui Akun Instagram Resmi

Karena peristiwa tersebut, manajemen Plaza Indonesia memutuskan untuk menghentikan kerja sama dengan vendor keamanan K9. Vendor K9 dianggap tidak memenuhi standar operasional Plaza Indonesia. Kekerasan terhadap hewan tidak sesuai dengan nilai-nilai Plaza Indonesia, menurut manajemen. Petugas keamanan yang bertanggung jawab atas peristiwa tersebut juga telah diberhentikan. Untuk meredakan kemarahan publik dan menunjukkan bahwa mereka serius menangani masalah tersebut, manajemen Plaza Indonesia segera memberikan klarifikasi melalui media sosial. Manajemen Plaza Indonesia juga menghubungi dokter hewan untuk memeriksa kondisi hewan tersebut, dan penjelasan dokter diunggah di media sosial TikTok setelah klarifikasi dan pernyataan resmi diposting di akun Instagram mereka. Setelah pemeriksaan, dokter hewan mengatakan bahwa tidak ada memar atau pendarahan. Memiliki kondisi yang baik, yaitu sigap dan siaga, dalam hal respons dan gerakannya. Media sosial memainkan peran penting dalam mengelola krisis dalam berbagai hal, seperti dalam kasus kekerasan hewan di Plaza Indonesia, dari identifikasi awal masalah hingga pemulihan reputasi.

Krisis PT Kereta Api Indonesia (PERSERO)

Saat ini, banyak orang lebih suka menggunakan transportasi publik untuk perjalanan dekat atau jauh. Namun, transportasi publik tidak menjamin keamanan dan kenyamanan pengguna. Salah satu hal yang tidak diinginkan yang dapat terjadi selama perjalanan adalah pelecehan seksual. Banyak penumpang wanita, mulai dari siswi hingga pegawai perempuan, menjadi korban pelecehan seksual oleh pelaku. Pelaku biasanya melakukan tindakan mereka saat transportasi penuh dan berdesak-desakan.

Pelaku pelecehan seksual dapat didakwa dengan pencabulan sesuai dengan Pasal 289 hingga 296 KUHP atau Pasal 414 hingga 422 UU No. 1 Tahun 2019 dengan memperhatikan kriteria dari setiap unsur tindak pidana. Tindak pidana pelecehan seksual dapat dihukum hingga 12 tahun penjara dan/atau denda hingga Rp300 juta, menurut Pasal 11 UU TPKS. Menurut

Pasal 14 UU TPKS, orang yang terlibat dalam kekerasan seksual berbasis elektronik dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 tahun dan denda paling banyak Rp200 juta. (Irgeuazzahra et al., 2023)

Berita pelecehan seksual di KRL telah menyebar di media online. Hal ini disebabkan oleh postingan Twitter @kochengable tentang pengalaman pribadinya yang mengalami pelecehan seksual selama dua hari berturut-turut. Korban sedang menaiki KRL rute Bekasi - Kampung Bandan pada tanggal 24 Oktober 2022 dalam kondisi kereta yang padat penumpang. Seorang pria asal Sudan melakukan pelecehan dengan mendorong alat vitalnya ke area sensitif korban hingga rok basah korban. Kemudian, pada tanggal 25 Oktober 2022, seorang penumpang pria menyentuh dan meremas area sensitif belakang korban di KRL (Aprianti et al., 2023).



Gambar 3. Unggahan @kochengable dan respon PT KAI yang Menjadi Viral di Media Sosial

Unggahan tersebut menjadi viral yang membuat media massa (pers) pun beramai-ramai memberitakan kejadian tersebut, mulai dari tweet korban maupun respon KAI Commuter yang mendapat banyak perhatian publik. Dalam tweet tersebut banyak dari masyarakat yang meretweet menceritakan hal serupa yang terjadi di KRL. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kasus pelecehan seksual di kereta ini menjadi perhatian khusus bagi para pengguna kereta dan bagi perusahaan-perusahaan moda transportasi, bahwa masih banyak masyarakat terutama kaum wanita masih mendapatkan perlakuan tidak senonoh di kereta.

Ketika kasus pelecehan terjadi, Public Relations KAI langsung melakukan monitoring terhadap berita di media massa dan laporan di media sosial. Mereka berusaha untuk mengonfirmasi fakta dan mengumpulkan bukti. Setelahnya, PR KAI menyampaikan tindakan mereka melalui media massa dan media sosial untuk mengedukasi publik mengenai langkah-langkah yang harus diambil jika terjadi pelecehan seksual. Meskipun tidak semua permasalahan dapat diatasi, manajemen isu ini bertujuan untuk menjaga citra positif perusahaan serta meningkatkan kesadaran dan keberanian publik untuk melapor tindakan pelecehan yang dialami. KAI juga menggandeng komunitas pecinta kereta dan komnas perempuan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan memberikan ruang aman bagi korban untuk melapor.



Gambar 4. Sosialisasi Pelecehan Seksual di KRL

PR KAI melakukan sosialisasi dan kampanye untuk mengedukasi masyarakat mengenai tindakan yang harus diambil jika mengalami atau menyaksikan pelecehan seksual. Mereka juga membuat advertorial yang berisi tips untuk menghindari pelecehan di kereta. Selain itu, KAI membuat siaran pers untuk menginformasikan tindakan yang diambil oleh perusahaan sebagai respons terhadap setiap kasus pelecehan yang terjadi, serta menyampaikan berita positif terkait upaya keamanan di kereta. Membangun hubungan baik dengan media untuk memperluas cakupan pemberitaan positif dan meminimalisir dampak negatif dari berita buruk.

Analisis Kasus

Dari segi perbandingan, kedua kasus ini membahas kekerasan dari sudut pandang yang berbeda. Penganiayaan hewan oleh petugas keamanan di Plaza Indonesia dan pelecehan seksual di KRL adalah dua kasus yang memiliki dampak sosial yang signifikan dan memicu reaksi publik yang luas. Kasus Plaza Indonesia menarik perhatian publik karena melibatkan perlakuan tidak manusiawi terhadap hewan, yang memicu kepedulian masyarakat terhadap kesejahteraan hewan. Di sisi lain, kasus pelecehan seksual di KRL menunjukkan masalah keselamatan individu, terutama perempuan, di ruang publik. Meskipun keduanya menunjukkan ketidakadilan dan pelanggaran hak, Plaza Indonesia berkonsentrasi pada perlindungan hewan, sedangkan PT KAI berkonsentrasi pada perlindungan individu dari kekerasan seksual.

Dari segi respons, Public Relations Plaza Indonesia segera bertindak setelah video insiden tersebar di media sosial, mereka segera mengeluarkan pernyataan permohonan maaf dan menyatakan penyesalan atas kejadian tersebut. Selain itu, mereka melakukan pemeriksaan kesehatan terhadap anjing yang dianiaya dan mengambil tindakan disiplin terhadap vendor sekuriti yang terlibat. Respons ini menunjukkan komitmen terhadap standar etika dan kepedulian terhadap kesejahteraan hewan. Selain itu, manajemen berkomitmen untuk melakukan pelatihan kembali bagi karyawan yang terlibat untuk menunjukkan bahwa mereka benar-benar berkomitmen untuk menangani insiden tersebut dan juga untuk mencegah hal serupa terjadi di masa depan. Mereka berkomunikasi secara langsung dan transparan, dengan penggunaan media sosial menjadi cara utama untuk menjangkau publik.

Sebaliknya, kasus pelecehan seksual di KRL membutuhkan pendekatan yang lebih kompleks karena diperlukan penegakan hukum dan perlindungan korban. Dalam kasus ini, respons pihak kepolisian sangat penting untuk memastikan bahwa pelaku dapat diidentifikasi dan ditindaklanjuti secara hukum. Selain itu, respons polisi dalam menangani kasus ini tampak lambat dan kurang terkoordinasi. Publik merasa khawatir akan keselamatan mereka di

transportasi umum karena kurangnya informasi dan tindakan nyata yang cepat, meskipun polisi melakukan penyelidikan segera. Ketidakpuasan masyarakat dapat muncul karena komunikasi pemerintah tidak secepat atau seefektif seperti di Plaza Indonesia, publik menuntut tindakan lebih lanjut dan kejelasan tentang protokol pencegahan yang akan digunakan untuk melindungi penumpang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan manajemen krisis yang efektif memerlukan pengawasan media sosial yang cermat, respons cepat, dan keterbukaan publik. Dengan memahami cara media sosial bekerja dan bagaimana media sosial memengaruhi opini publik, organisasi dapat membuat rencana komunikasi yang lebih baik untuk mempertahankan citra mereka dan membangun hubungan yang baik dengan komunitas. Dalam kasus Plaza Indonesia, video kekerasan yang dilakukan petugas keamanan terhadap anjing K-9 menjadi viral. Komunikasi yang transparan penting dalam menangani krisis dan respons cepat manajemen Plaza Indonesia, yang mencakup permohonan maaf dan klarifikasi situasi. Selain itu, mereka mengambil tindakan nyata, seperti menolak bekerja sama dengan penyedia keamanan yang tidak memenuhi persyaratan dan melakukan pemeriksaan kesehatan terhadap hewan yang terlibat. Sementara itu, kasus pelecehan seksual yang terjadi di KRL telah menjadi masalah keselamatan penumpang, terutama perempuan. Pengalaman korban yang diposting di media sosial memicu perdebatan tentang keamanan transportasi publik. Bagaimana PT KAI menangani peristiwa ini juga menunjukkan betapa pentingnya komunikasi yang efektif untuk membangun kembali kepercayaan publik setelah krisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). 済無No Title No Title No Title. 1–23.
- Aprianti, R., Putri, S. H., & Lathifah, N. (2023). Strategi Manajemen Isu Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat dalam Menangani Isu Pemberitaan Negatif Pelecehan Seksual di Kereta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(2), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4843/>
- Irgeuazzahra, A., Damayanti, A. D., & Mulyadi. (2023). Implementasi Penegakan Hukum Terhadap Pelecehan Seksual Di Transportasi Umum. *Civilia : Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(2), 1–10. <http://jurnal.anfa.co.id>
- Nur, A., & Akbar, M. (2024). Peran Media Sosial Dalam Manajemen Krisis : Insiden Kekerasan Pada Hewan di Plaza Indonesia. 2, 1–11.
- Yusuf, A. M. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.