

**STRATEGI RESPON KRISIS KEMENTERIAN KEUANGAN RI PADA
KASUS RAFAEL ALUN TRISAMBODO**
**(Studi Deskriptif pada Biro Komunikasi dan Layanan Informasi
Kementerian Keuangan RI)**



**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
Disusun Oleh :
R.A Anindyaswari
NIM : 19107030105

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : R.A Anindyaswari

Nomor Induk : 19107030105

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

Yogayakarta, 15 September 2023

Yang Menyatakan,



R.A Anindyaswari

NIM. 19107030105

HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : R.A Anindyaswari
NIM : 19107030105
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI RESPON KRISIS KEMENTERIAN KEUANGAN RI PADA KASUS RAFAEL ALUN TRISAMBODO (Studi Deskriptif pada Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Keuangan RI)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 13 September 2023
Pembimbing


Rahmah Attaymini, M.A.
NIP. 19921216 201903 2 015

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1138/Un.02/DSH/PP.00.9/10/2023

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI pada Kasus Rafael Alun Trisambodo (Studi Deskriptif pada Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Keuangan RI)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RADEN AJENG ANINDYASWARI
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030105
Telah diujikan pada : Senin, 02 Oktober 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6530b591e6f8a



Pengaji I

Niken Puspitasari, S.I.P., M.A.
SIGNED



Pengaji II

Dr. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 652c7baef03d4



Yogyakarta, 02 Oktober 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 6530d9702461a

HALAMAN MOTO DAN PERSEMPAHAN

“Sukses adalah bertindak dan punya prinsip”

-Anin-

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Almamater

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis senantiasa panjatkan atas limpahan rahmat yang telah diberikan Allah SWT. Sholawat serta salam senantiasa kita panjatkan kepada nabi agung Muhammad SAW. Semoga kita, orang tua kita, nenek, kakek, para guru, serta orang-orang yang terdekat dengan kita mendapatkan syafaat dari beliau di Yaumil Mahsyar kelak, Aamiin Ya Rabbal Alamiin.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian tentang Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Saat Kasus Rafael Alun Trisambodo dalam Memulihkan Kepercayaan Masyarakat. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si. dan Beserta jajaran dekanat yang telah membimbing, memberikan nasihat dan senantiasa mendoakan kepada kami untuk menjalani proses akademik dengan baik.
2. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. Bapak yang selalu membimbing dan mendoakan peneliti untuk dapat menyelesaikan akademik dengan baik.

3. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M.Si. Ibu selalu memberikan bimbingan, dorongan, dan arahan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Rahmah Attaymini, M.A. Ibu yang selalu sabar dan ikhlas dalam membimbing peneliti. Semoga ibu diberikan kepanjangan dan kelancaran dalam berbagai hal.
5. Dosen Penguji 1 skripsi Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A.. Ibu yang meluangkan waktu, tenaga, dan wawasannya yang berharga dalam menguji dan memberikan masukan yang sangat berarti untuk penelitian ini. Semoga Kesehatan selalu meyertai dan selalu mendapatkan berkah.
6. Dosen Penguji 2 Skripsi Bapak Dr.H. Bono Setyo, M.Si. yang telah meluangkan waktu untuk membaca, mengkritik, dan memberikan saran konstruktif terkait skripsi ini. Semoga diberikan kepanjangan dan kelancaran dalam berbagai hal.
7. Kedua Orang Tua yaitu Alm. Nana Suryana, S.H. dan R.Ay Susilowati, S.H. berkat kedua orang tua penulis mempunyai motivasi dan tekad yang kuat dalam menjalani kehidupan. Tiada hentinya orang tua memberikan dukungan, semangat dan mendoakan peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan, keberkahan, kebaikan, dan panjang umur kepada kedua orang tua peneliti.

8. Bapak Nico Aditia selaku mentor saya saat proses magang di Kementerian Keuangan sekaligus yang membantu saya dalam segala hal yang berkaitan dengan Kementerian Keuangan untuk skripsi peneliti.
9. Kepada Tim Spesial saya yaitu Anugrah Safieq Fahlevi, Putri Bela, dan Rania Namira, yang senantiasa memberikan masukan, saran, pencerahan pada peneliti dalam proses penggerjaan skripsi.
10. Tim Supporter saya yaitu Qori Khoiri, Ilzam Ahmad, Fajar Muladi, Natasha Destata, Ananda Amal, M. Vaydh, Dimaz F, yang senantiasa menemani saya dalam proses penggerjaan skripsi.
11. Tim pemberi energi dalam penggerjaan skripsi Dania, Annisa, Maya, Thania, dan Deva.
12. Seluruh Teman-teman Lembaga Kemahasiswaan yang telah berproses bersama.
13. Seluruh Teman-teman Ilmu Komunikasi C 2019 (Fairuz, Vio, Mieta, Tasya, dll) yang telah membersamai peneliti dalam proses penggerjaan skripsi.

Yogyakarta, 20 Agustus 2023

Peneliti,



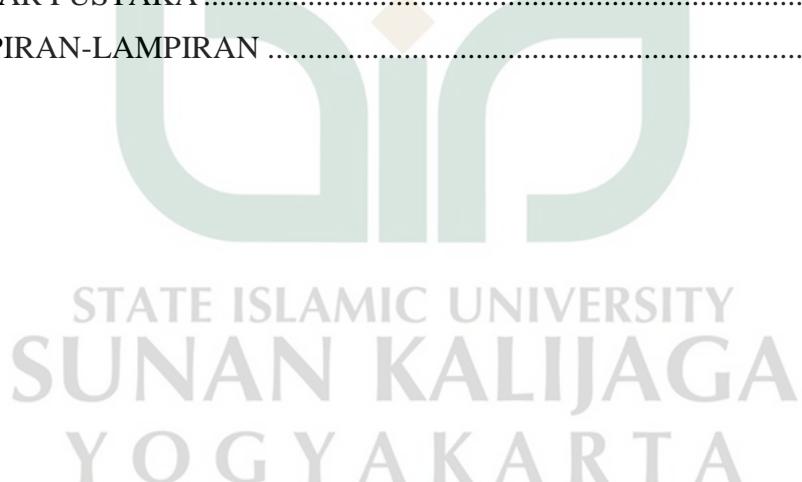
R.A Anidyaswari

NIM. 19107030105

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	II
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
ABSTRACT.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
A. Rumusan Masalah	12
B. Tujuan Penelitian.....	12
C. Manfaat Penelitian.....	13
D. Kajian Pustaka	13
E. Landasan Teori	21
1. Hubungan Masyarakat (<i>Public relations</i>)	21
2. Citra.....	29
3. Komunikasi Krisis.....	30
4. <i>Situational Crisis Communication Theory (SCCT)</i>	33
F. Kerangka Pemikiran	37
G. Metodologi Penelitian	38
1. Jenis Penelitian	38
2. Subjek dan Objek Penelitian	38
3. Teknik pengumpulan Data	39
4. Metode Analisis data	41
5. Keabsahan data.....	42
BAB II GAMBARAN UMUM	44

A. Kementerian Keuangan Republik Indonesia	44
B. Visi dan Misi	47
1. Visi	47
2. Misi.....	47
C. Struktur Organisasi Kementerian Keuangan Republik Indonesia.....	48
E. Alamat dan Media Sosial Kementerian Keuangan Republik Indonesia.....	51
BAB III PEMBAHASAN.....	55
A. Analisis Tahapan Krisis komunikasi pada Kementerian Keuangan RI akibat kasus Rafael Alun Trisambodo	57
B. Respon komunikasi krisis Kementerian Keuangan menggunakan Situational Crisis Communication Theory	83
C. Pemulihan Citra Kementerian Keuangan RI Pasca Kasus Rafael Alun Trisambodo.....	111
D. Menyikapi Krisis dengan Hikmah: Relevansi Ayat 125 Surat An-Nahl dalam Manajemen Krisis Kementerian Keuangan.....	118
BAB IV PENUTUP	123
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN-LAMPIRAN	130



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka.....	18
Tabel 2. Strategi Komunikasi dalam Merespon Krisis berdasarkan SCCT	36
Tabel 3. Kerangka Penelitian	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Postingan Narasi News terkait kritikan terhadap Kemenkeu.....	8
Gambar 2. Struktur Organisasi Kemenkeu	48
Gambar 3. Struktur Organisasi Biro KLI Kementerian Keuangan.....	51
Gambar 4. Website Kementerian Keuangan RI.....	52
Gambar 5. Akun Instagram resmi Kementerian Keuangan RI.....	52
Gambar 6. Akun Twitter Kementerian Keuangan RI	53
Gambar 7. Akun Facebook Kementerian Keuangan RI	53
Gambar 8. Akun TikTok Kementerian Keuangan RI.....	54
Gambar 9. Akun Youtube Kementerian Keuangan RI	54
Gambar 10. Artikel berita sorotan gaya hidup mewah keluarga mario dandy	60
Gambar 11. peta infromasi pemberitaan isu-isu Kemeneterian Keuangan.....	64
Gambar 12. Survei Nasional Isu Pencucian Uang 369 T Kemenkeu	81
Gambar 13. Rancangan Aplikasi Employee Advocacy Kemenkeu.....	82
Gambar 14. Klarifikasi Kemenkeu mengenai isu 369 T	86
Gambar 15. Konferensi Pers Kementerian Keuangan Kasus Penganiayaan Mario Dandy	90
Gambar 16. Keterangan Yustinus Prastowo tentang penanganan kasus RAT	92
Gambar 17. Postingan Penegakan Kedisiplinan di Kementerian Keuangan	94
Gambar 18. Kunjungan Ibu Sri Mulyani kepada David	98
Gambar 19. Wawancara dengan Yustinus Prastowo Terkait Permintaan Maaf.	100
Gambar 20. Alokasi dana untuk Beasiswa LPDP	104
Gambar 21. Pembangunan Tol Becakayu.....	105
Gambar 22. Penjelasan Kenapa Tiket Kereta Ekonomi Murah	106
Gambar 23. Bentuk Artikel Pujian Kementerian Keuangan terhadap <i>stakeholder</i>	108
Gambar 24. Jumlah SPT yang Dilaporkan Berdasarkan Jenis Wajib Pajak (13 Maret 2022-13 Maret 2023).....	113
Gambar 25	116
Gambar 26. Wawancara dengan Pak Ahmadi Muhamjiri selaku Kepala Bagian Manajemen Strategi dan Komunikasi Biro KLI, Kementerian Keuangan RI	136
Gambar 27. Wawancara dengan Pak dari Sub-Bagian Monitoring dan Analisa pada Biro KLI, Kementerian Keuangan RI	136
Gambar 28. Wawancara dengan Pak Nico Aditia, selaku Kepala Sub-Bagian Riset dan Audit pada Biro KLI, Kementerian Keuangan RI.....	137
Gambar 29. Wawancara Triangulasi dengan Pak Abraham Wahyu Nugroho selaku Dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Soegijapranata.....	137
Gambar 30. Menghadiri Acara Agenda Setting Biro KLI	138

ABSTRACT

A crisis is a situation that can threaten the image and reputation of an institution. One government institution that is not immune to this risk is the Ministry of Finance. The crisis started with a controversy video involving a government tax official's son, which led to serious questions about the integrity and transparency of the institution. This research analyzes the crisis communication of the Indonesian Ministry of Finance in handling the Rafael Alun Trisambodo case and its impact on image restoration. This research uses the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) approach as an analytical framework to understand the communication strategy implemented by the Ministry of Finance. The type of research used in this study is qualitative research where the data collected is obtained through observation and interviews. Then, the data obtained is analyzed using descriptive methods and inductive mindset analysis. By analyzing specific data, conclusions can be drawn. The results show that the measures taken by the Ministry of Finance, including transparency efforts, rapid response, and collaboration with *stakeholder*, have been successful in restoring public trust and increasing tax payments. Increased tax compliance and public trust survey results are clear evidence that effective crisis communication can support the restoration of an organization's image. This research is expected to provide guidance for government organizations and other institutions in dealing with crises and maintaining a good image in the digital era.

Keywords: Crisis Communication, Ministry of Finance, Image restoration, Situational Crisis Communication Theory (SCCT)



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan utama yang penting dalam kegiatan sehari-hari saat ini salah satunya yaitu komunikasi. Menurut Effendy (2011), istilah komunikasi berasal dari kata latin *communicare* yang berarti menyebarkan atau menginformasikan. Dalam bahasa Inggris, istilah *communication* memiliki arti yang identik dengan *communicare*, yang dapat diartikan sebagai proses penyampaian simbol-simbol yang mengandung makna. Dari istilah bahasa Inggris, *communication* ini kemudian menjadi kata komunikasi yang bermakna menyampaikan gagasan, pendapat, pemikiran dan gagasan dari satu orang ke orang lain. (Purba, 2020).

Komunikasi dalam dunia industri pekerjaan menjadi salah satu tantangan terbesar yang sering dihadapi suatu organisasi atau instansi saat menyelesaikan suatu masalah. Komunikasi digunakan untuk menghindari dan meminimalisir dampak suatu krisis. Krisis menurut Davlin ketika dihadapkan pada situasi yang tidak stabil dengan potensi berbagai hasil yang tidak diinginkan dapat terjadi. Ketika suatu organisasi menghadapi krisis, prosedur-prosedur normalnya tidak dapat berjalan dengan efektif. Organisasi akan menghadapi situasi yang berbeda-beda, yang dapat menyebabkan perubahan yang terjadi secara spontan. Jika situasi seperti ini

tidak segera ditangani dengan cepat dan tepat, dampak negatif dapat timbul bagi organisasi (Kriyantono, 2012).

Komunikasi krisis berperan sangat dalam sebagai manajemen krisis suatu organisasi atau instansi. Secara umum, komunikasi krisis berfokus pada dua hal, yaitu kategori krisis dan respon terhadap krisis, termasuk apa yang harus dikatakan dan dilakukan oleh organisasi setelah terjadinya krisis. Salah satu metode yang sering digunakan dalam penelitian komunikasi krisis adalah studi kasus. Dalam perkembangan terbaru teori komunikasi krisis, telah muncul Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang bertujuan untuk melakukan penelitian komunikasi krisis dengan pendekatan yang lebih spesifik (Coombs & Holladay, 2010).

Cornelissen (2017) menjelaskan komunikasi memainkan peran kunci dalam meningkatkan citra dan menjalin hubungan yang baik dengan *stakeholder* sebagaimana hal nya ketika suatu organisasi maupun instansi mengalami krisis. Hal tersebut berkaitan erat dengan tugas bagian humas yaitu untuk menjaga komunikasi dengan publik dan *stakeholder*-nya, agar informasi yang diberikan benar, relevan dan tepat waktu. Fungsi manajemen yang bernama humas memiliki peran penting dalam menilai sikap publik, mengidentifikasi tindakan individu atau organisasi yang didasarkan pada kepentingan publik, serta merancang dan melaksanakan program untuk memperoleh pemahaman dan persetujuan publik (Moore, 2005).

Pengertian humas dalam buku “Humas dan Manajemen Media Komunikasi”, menurut Ruslan yakni unsur yang berperan dalam suatu organisasi terkait dengan tujuan utama dan tugas kepengurusan lembaga. Tugas pokok manajemen humas adalah memastikan tercapainya tujuan utama organisasi atau lembaga dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia, yang biasanya terdiri dari enam elemen yaitu sumber daya manusia (*man*), sumber bahan atau barang (*materials*), alat atau mesin (*machine*), kemampuan keuangan (*money*), metode (*methods*), dan pemasaran atau jangkauan pasar (*market*). (Ruslan, 2012).

Menurut Wasesa (2005), Humas memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang secara langsung maupun tidak langsung agar mengubah sikap dan tindakan mereka. Oleh karena itu, kegiatan promosi harus didukung oleh kegiatan PR yang tepat sasaran dan berkelanjutan. PR memiliki peran dominan dalam membentuk citra organisasi, yang tidak dapat dilakukan sepenuhnya oleh program periklanan. Citra organisasi adalah hasil dari banyak asosiasi dan informasi yang diterima oleh khalayak tentang organisasi tersebut. Citra suatu organisasi terbentuk melalui pemikiran orang ketika mereka menerima informasi tentang organisasi tersebut (Putra, 2018).

Citra yang baik sangat penting untuk setiap instansi atau lembaga. Citra tersebut kemudian menimbulkan kepercayaan terhadap organisasi di masyarakat. Berhubungan dengan hal ini, persepsi dari *stakeholders* mempunyai peran penting, baik yang sudah ada maupun potensial, mereka

adalah karyawan, pelanggan, masyarakat umum, pemasok, dll. Dari beberapa *stakeholders* tersebut, Karyawan memegang peranan paling penting karena mereka berinteraksi secara langsung dengan para pelanggan maupun *stakeholders* yang lain, di mana mereka bisa menilai citra perusahaan menurut apa yang mereka rasakan saat itu ketika berinteraksi dengan karyawan perusahaan. Oleh sebab itu, penting hal-Nya bagi instansi untuk mendapatkan kepercayaan publik, percaya bahwa keberadaan organisasi itu membawa hal-hal yang positif bukannya merugikan bagi mereka. Dalam Islam kepercayaan juga bisa disebut *Amanah* atau dapat dipercaya sebagaimana Firman Allah SWT dalam surat An-Nisa' ayat 58 sebagai berikut :

﴿إِلَّا لِعْدٍ أَتَحْكُمُو أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِهِنَّ وَإِذَا آتَاهُنَّ إِلَى الْأَمْانَةِ ثُوَّدُوا أَنَّ يَأْمُرُكُمُ اللَّهُ إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ مَا تَصْنَعُونَ﴾
Rābi'ūt-Sawmī Sūrah An-Nisā' ayat 58

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”. (An-Nisa' 4:58)

Berdasarkan Tafsir Ibnu Katsir ayat Al-Quran diatas, dijelaskan bahwasanya Amanah artinya memiliki tanggung jawab dalam menjalankan tugas, hal ini menjelaskan berarti perusahaan/instansi dalam membangun

citra dan meyakinkan khalayak atas apa yang sudah mereka janjikan juga harus mempertanggung jawabkan hal tersebut (K, 2015). Citra positif juga diperlukan dalam institusi pemerintahan. Berbagai institusi pemerintah harus membangun reputasi yang baik di mata publik, karena sebagai penyelenggara publik, institusi tersebut harus mendapatkan kepercayaan dari publik, mendapatkan kepercayaan diri itu penting, karena publik benar-benar percaya bahwa hasil dari publik adalah bahwa uang berasal dari masyarakat dalam bentuk pajak. Itulah mengapa ini menjadi salah satu kebutuhan yang penting untuk Kementerian Keuangan RI.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia adalah sebuah instansi yang dipimpin oleh Menteri Keuangan dan berada di bawah tanggung jawab Presiden. Sejak didirikan hingga saat ini, Kementerian Keuangan RI bertanggung jawab dalam menangani masalah-masalah yang berkaitan dengan keuangan dan kekayaan negara, serta membantu Presiden dalam mengelola administrasi negara. (Kementerian Keuangan RI, 2021). Sebagai negara hukum, Indonesia memberikan kebebasan berpendapat kepada setiap warga negara seperti yang tertuang dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1998.

Pasal yang memberikan ruang tersendiri kepada masyarakat umum untuk menyampaikan kritik atau pendapat buruk atas kebijakan yang diambil oleh pemerintah salah satunya terhadap Kementerian Keuangan RI, dan hal itu menjadi salah satu tantangan bagi pihak humas pemerintah. Pentingnya strategi humas untuk bertanggung jawab membangun interaksi

antara pemerintah dan publik, menampung dan menumbuhkan aspirasi publik serta membangun kepercayaan publik untuk mengembangkan citra dan reputasi yang baik (Hasnawati & Salamah, 2017). Maka keberadaan humas harus bisa menjadi pengantar dan penyampai informasi yang ideal untuk Kementerian Keuangan RI.

Biro Komunikasi dan Layanan Informasi atau biasa disebut Biro KLI merupakan komponen dari Kementerian Keuangan yang dalam tugasnya bertanggungjawab pada urusan komunikasi dan layanan Informasi, bertugas mengkoordinasikan serta melaksanakan pembinaan dan pengelolaan hubungan masyarakat di lingkungan Kementerian Keuangan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Kementerian Keuangan RI, 2021). Kementerian Keuangan sebagai lembaga pemerintahan telah melakukan manajemen isu melalui penetapan SOP nomor 72/Link/2018 tentang pengelolaan berita negatif di lingkungan Kementerian Keuangan. Namun, pada SOP tersebut belum mengatur terkait dengan ukuran yang tepat dalam mencari dan mengategorikan isu yang dapat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan pada level yang sesuai untuk kategori isu tersebut dapat disebut sebagai sebuah krisis atau disebut isu normal.

Citra Kementerian Keuangan sebagai salah satu kementerian yang bertanggung jawab dalam mengelola keuangan negara, dalam beberapa tahun terakhir mengalami penurunan citra di kalangan masyarakat. Penurunan citra ini disebabkan oleh beberapa isu yang muncul dan adanya

komunikasi krisis yang dialami, seperti kasus korupsi dan penyelewengan anggaran dan juga dalam segi kinerja pelayanan dari kementerian keuangan sendiri. Peristiwa dimulai dengan dugaan kasus penganiayaan yang dilakukan oleh Mario Dandy Satrio, seorang anak dari Rafael Alun Trisambodo, seorang mantan pejabat di Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

Kejadian ini terjadi pada 20 Februari 2023 di Jakarta Selatan dan melibatkan David, seorang anggota GP Ansor. Selama peristiwa ini, identitas pelaku, yaitu Mario Dandy Satrio, yang merupakan anak dari seorang pejabat pajak, terungkap melalui unggahan di media sosial. Sebagai tanggapan atas peristiwa tersebut, warganet berhasil mengungkap identitas ayah Mario, yaitu Rafael Alun Trisambodo, yang menjabat sebagai Kabag Umum Kanwil Ditjen Pajak Jakarta Selatan II. Selama penelusuran identitas ini, warganet menemukan informasi yang mengejutkan terkait kekayaan Rafael yang mencapai Rp 56 miliar. Selain itu, ada kejanggalan terungkap dalam Laporan Harta Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN) Rafael, di mana mobil Rubicon dan Harley Davidson tidak tercatat dalam laporan tersebut (Naufal Dzulfaroh, 2023).

Pada tanggal 24 Februari 2023 Menteri Keuangan Sri Mulyani mengambil tindakan tegas dengan mencopot Rafael Alun Trisambodo dari jabatannya di DJP. Dampak dari kasus ini kemudian melibatkan pegawai Kementerian Keuangan lainnya. Salah satunya adalah Eko Darmanto, Kepala Kantor Bea dan Cukai Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), yang juga dicopot dari jabatannya karena gaya hidup mewahnya yang sering

ditampilkan di media sosial. Selain itu, Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan, Mahfud MD, melaporkan adanya dugaan pencucian uang oleh 69 pegawai Kemenkeu terkait transaksi mencurigakan senilai Rp 349 triliun (Naufal Dzulfaroh, 2023).

Beberapa kasus lainnya juga dilansir dari postingan Instagram @narasinewsroom tentang kritik terhadap Kementerian Keuangan sebagai berikut :

Gambar 1. Postingan Narasi News terkait kritikan terhadap Kemenkeu



Sumber : Instagram @narasinewsroom 2023

Pertama, ialah kisah Fatimah Zahratunnisa (@zahratunnisaf). Lewat akun Twitternya, ia bercerita bahwa ia dimintai pajak sebesar Rp. 4 juta atas piala yang ia raih setelah memenangkan acara nyanyi di stasiun TV Jepang pada 2015. “Padahal hadiah lombanya gak ada hadiah uang cuma piala itu

doang,” kata Fatimah. Menanggapi, Yustinus Prastowo selaku Staf Khusus Menteri Keuangan lewat akun Twitternya, @prastow meminta maaf dan menyampaikan komitmen agar Kemenkeu terus melakukan perbaikan pelayanan.

Kedua, Alissa Wahid juga mengalami pengalaman kurang mengenakkan. Lewat akun Twitternya, putri sulung Gus Dur ini menceritakan kisahnya saat tiba dari konferensi di Taiwan yang ia sebut mendapatkan perlakuan intimidatif. Lantas, akun Twitter @beacukaiRI meminta maaf atas kejadian tersebut.

Kritikan selanjutnya berasal dari Komika Dodit Mulyanto menceritakan juga pengalamannya saat surat permohonan pengurangan atau penghapusan denda pajaknya ditolak. Besaran yang Dodit dapatkan mencapai Rp. 80 juta karena ia pernah kurang bayar saat melaporkan SPT pajak pada 2016. Yustinus Prastowo kembali meminta maaf dan menyebut akan berkoodinasi lebih lanjut dengan Ditjen Pajak.

Melalui postingan dengan hastag #memenarasi dan *headline* “Dapat Banyak Kritikan, Kemenkeu 3 Kali Minta Maaf Dalam 24 Jam” @narasinewsroom mengungkapkan sindiran terhadap Kementerian Keuangan dengan diakhiri kata-kata “Yah, semoga benar-benar segara ada perbaikan yah~” hal ini didukung oleh beberapa komentar dari warganet seperti ungkap akuan @_ijnyamato “Template doang, semua ujung²nya cuman minta maaf. Tindakan revisi perbaikan gada ya nihil. Ungkapan

lainnya dari akun @jonatahansiregar97 “Terlihat bahwa pengawasan internal di Kemenkeu rapuh dan lemah perlu ada perbaikan sistem dan reformasi besar-besaran di tubuh Kemenkeu” dan @nabillapranoto “ditunggu evaluasi dan perubahan kinerjanya”. Ditunjukkan dari hal tersebut menimbulkan kritik keras terhadap kualitas pegawai Kementerian Keuangan.

Dampak lainnya yakni adanya perpindahan kewenangan pembinaan dan organisasi pengadilan pajak dari Kementerian Keuangan RI ke Mahkamah agung. Dilansir dari tempo, hal ini berawal dari adanya gugatan UU pengadilan pajak oleh seorang advokat spesialis pajak, Nurhidayat. Gugatan diajukan ketika ada berbagai kasus perpajakan yang menjadi sorotan. Salah satu kasus yang mencuat adalah kasus penganiayaan yang melibatkan tersangka Mario Dandy, anak dari mantan pegawai Direktorat Jenderal Pajak di Kementerian Keuangan, yaitu Rafael Alun Trisambodo. Nurhidayat mengajukan gugatan terhadap frasa "Departemen Keuangan" yang terdapat dalam Undang-Undang (UU) tersebut. Dia meminta majelis hakim Mahkamah Konstitusi (MK) untuk menyatakan bahwa frasa ini bertentangan secara syarat (Conditionally Unconstitutional) dengan UUD 1945 dan tidak memiliki kekuatan hukum yang tetap (Sanusi Putri, 2023).

Pemohon mengajukan gugatan dengan latar belakang adanya berbagai kasus terkait pajak. Selain itu, ia mengkritik posisi Pengadilan Pajak yang masih berada di bawah kendali Kementerian Keuangan. Menurutnya, seharusnya Pengadilan Pajak dilepaskan dari pengaruh tersebut dan

sepenuhnya diserahkan kepada Mahkamah Agung, setelah kasus Dandy, terungkap juga harta fantasis dari pegawai pajak seperti Rafael dan berbagai pengungkapan ini semakin menggerus kepercayaan rakyat untuk mau membayar pajak. Viktor selaku kuasa hukum penggugat juga menilai peralihan kewenangan dari Kemenkeu ke MA adalah bentuk pengembalian kepercayaan masyarakat kepada Ditjen Pajak (CNN, 2023).

Meninjau hal tersebut permasalahan yang ada dapat disimpulkan bahwa masyarakat tidak puas terhadap tindakan yang dilakukan Kementerian Keuangan dalam menyelesaikan banyak masalah yang dihadapi yaitu hanya dengan terlalu banyak meminta maaf dan klarifikasi akan melakukan perubahan tanpa ada pembuktian lebih lanjut terkait perbaikan dan perubahan yang akan dilakukan, hal ini menunjukkan adanya krisis komunikasi yang terjadi terhadap Kementerian keuangan. Menanggapi hal tersebut Biro Komunikasi dan Layanan Informasi (Biro KLI) mengungkapkan Kemenkeu akan mengambil langkah korektif dengan membentuk sebuah tim krisis yang terdiri dari beberapa ahli yang berasal dari Sub-bagian Manajemen Strategi Komunikasi, Sub-bagian Publikasi Elektronik, dan Sub-bagian Hubungan Media.

Keberadaan tim khusus ini diharapkan akan menghasilkan langkah-langkah strategis untuk merespon krisis tersebut. Salah satu aspek kunci yang harus dilakukan yakni menyampaikan informasi kepada publik, mengelola pesan-pesan krisis, dan meminimalkan dampak negatif terhadap citra Kementerian Keuangan RI. Selain itu, tim krisis dari Biro Komunikasi

dan Layanan Informasi akan mengevaluasi apakah strategi pemulihan citra yang dilakukan oleh tim krisis Kementerian Keuangan RI efektif dalam memulihkan kepercayaan terhadap organisasi setelah komunikasi krisis dan mengkaji tindakan dan keputusan yang diambil oleh tim krisis dalam menangani komunikasi krisis di Kementerian Keuangan RI.

Berdasarkan uraian diatas perlu adanya strategi untuk mengkaji tindakan dan keputusan yang diambil oleh tim krisis dalam menangani krisis komunikasi di Kementerian Keuangan RI. Ini melibatkan analisis respon awal, upaya mitigasi, dan langkah-langkah yang diambil untuk mengendalikan situasi krisis dari Biro Komunikasi dan Layanan Informasi sebagai humas untuk dapat memulihkan citra dari Kementerian Keuangan dengan melakukan langkah korektif dalam memulihkan kepercayaan publik. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait “Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Pada Kasus Rafael Alun Trisambodo Dalam Memulihkan Kepercayaan Masyarakat”.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti mengambil rumusan masalah “Bagaimana Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Pada Kasus Rafael Alun Trisambodo”.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Bagaimana Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Pada Kasus Rafael Alun Trisambodo.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik humas serta memberikan wawasan baru tentang komunikasi krisis dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan humas dalam memberikan respon tindakan saat krisis tersebut.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan secara praktis dapat menjadi sebuah saran yang membantu bagi Kementerian Keuangan Republik Indonesia dan instansi lainnya.
- b. Hasil dari penelitian diharapkan bisa menjadi *literatur* untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait bidang humas dan manajemen citra instansi.

D. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa penelitian sebagai referensi karena dibutuhkan-Nya informasi yang relevan dan tinjauan yang sesuai dengan tema yang akan dibahas oleh peneliti, beberapa-nya antara lain :

Penelitian pertama terdapat jurnal berjudul “Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah”. Jurnal Ilmu Administrasi Negara Vol. 2 No. 1 Bulan Juli 2012. Penelitian ini ditulis oleh Evawani Elysa Lubis dari FISIP Universitas Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan

menganalisis peran Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dalam membentuk citra positif Pemerintah Provinsi Riau serta mengetahui faktor penghambat dan pendukung aktivitas Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dalam membentuk citra positif serta media yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau berdasarkan pada Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2005 belum dilaksanakan secara optimal karena pencapaian informasi cenderung satu arah. Faktor penghambat Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dalam pembentukan citra positif Pemerintah Provinsi Riau antara lain sumber daya manusia, faktor politis, struktur organisasi yang ada di Pemerintah Provinsi Riau, kurang memadainya infrastruktur untuk menunjang kegiatan kehumasan, dan kurangnya koordinasi diantara Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau dengan humas-humas yang ada di lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. Faktor pendukung aktivitas Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau mendapat dana langsung dari APBD Provinsi Riau, motivasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia. Adanya kaitan dengan penelitian ini *pertama*, kedua peneliti menggunakan metode penelitian yang sama yakni metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. *Kedua*, Teknik pengumpulan data yang dipakai kedua peneliti adalah *Depth Interview* dan *Non Participant Observation*. Perbedaannya, pada subjek penelitian milik Evawani adalah Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau sementara peneliti mengambil Biro Layanan Komunikasi dan Informasi Kementerian Keuangan sebagai subjek.

Penelitian Kedua, Jurnal dengan judul “Strategi Komunikasi Humas Ditjen Pajak RI Dalam Upaya Pemulihan Citra Pasca Kasus Gayus”. Ilmiah Widya Vol.5 No.1 (2018). Penelitian ini ditulis oleh Gilang Kumari Putra. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya pemulihan citra terkait visi dan misi Ditjen Pajak RI, serta strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Ditjen Pajak RI dalam upaya tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak menerapkan strategi pemulihan citra melalui sosialisasi dan publikasi tentang komitmen organisasi dalam melakukan pemberahan internal kepada wajib pajak. Selain itu, Direktorat Jenderal Pajak menerapkan strategi sosialisasi yang efektif melalui pertemuan langsung dengan *audiens* dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk media massa. Persamaan dari kedua peneliti yaitu membahas tentang peran humas dalam upaya pemulihan citra instansi. Perbedaan penelitian terletak pada metode yang digunakan Gilang Kumari Putra yakni studi kasus komprehensif yang bersifat spesifik, khusus dan berskala lokal Sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Penelitian Ketiga, Jurnal yang berjudul “Peran Humas dalam Menangani Krisis Citra Sistem OSS di Kementerian Investasi Indonesia”. Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA) Vol.5 No.1, Juni 2022. Penelitian ini ditulis oleh S. Adha dan M. Rohimakumullah. Universitas Telkom. Penelitian ini bertujuan untuk

mengeksplorasi peran Humas dalam menangani krisis citra *Online Single Submission* (OSS) yang terkena komentar negatif di media sosial, khususnya pada akun Instagram @bkpm_id. Hasil penelitian ini berbentuk narasi deskriptif yang menjelaskan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh Humas BKPM dalam menangani krisis citra OSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas BKPM tidak menerapkan strategi khusus untuk memperbaiki citra OSS, melainkan lebih fokus pada pemantauan media sosial dan menjawab keluhan dari pengguna.. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengambilan data melalui wawancara. Perbedaan dengan penelitian yaitu subjek penelitian Kementerian Investasi Indonesia sedangkan peneliti Kementerian Keuangan.

Penelitian Keempat, Jurnal dengan judul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Lembaga Pemerintahan”. Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran Vol.6 No.2 (2018). Penelitian ini ditulis oleh Deril Rosyid Al habib dan Bambang Suratman. Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran humas dalam meningkatkan citra positif pada lembaga pemerintahan DPRD Kabupaten Nganjuk, mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam meningkatkan citra positif lembaga pemerintahan DPRD Kabupaten Nganjuk. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran humas DPRD Kabupaten Nganjuk yakni sebagai fasilitator komunikasi, penasihat ahli,

fasilitator pemecah masalah dan teknisi komunikasi sudah berjalan dengan baik. Persamaan dari kedua peneliti yakni menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan dari penelitian yaitu subjek yang diambil humas DPRD Kabupaten Nganjuk sementara peneliti mengambil subjek Biro Layanan Komunikasi dan Informasi.

Penelitian Kelima, skripsi yang berjudul "Publik Relations Dan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Tengah II Surakarta Dalam Membangun Kembali Citra Baik di Kalangan Masyarakat Solo)". Penelitian ini ditulis oleh Oktavia Ninditasari. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran Humas Kanwil DJP Jawa Tengah II dalam membangun citra positif kantor pajak di kalangan masyarakat Kota Solo. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran Humas tersebut terlihat melalui berbagai kegiatan seperti *workshop*, *road show*, pengurusan perpajakan, pajak keliling, peningkatan pelayanan masyarakat, dan media visual dan audio visual yang diterbitkan oleh Kanwil DJP Jawa Tengah II. Berbagai acara yang bermanfaat bagi masyarakat juga turut diselenggarakan sebagai bagian dari upaya membangun citra yang baik.. Kesamaan antara kedua peneliti terletak pada penggunaan metode deskriptif kualitatif. Bedanya, Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada subjek penelitian yang berbeda.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Evawani Elysa Lubis	Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah	<p>kedua peneliti menggunakan metode penelitian yang sama yakni metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>Kedua, Teknik pengumpulan data yang dipakai kedua peneliti adalah Depth Interview dan Non Participant Observation.</p>	<p>Subjek penelitian milik Evawani adalah Humas Sekretariat Daerah Provinsi Riau sementara peneliti mengambil Biro Layanan Komunikasi dan Informasi Kementerian Keuangan sebagai subjek.</p>
2.	Gilang Kumari Putra	<p>Strategi Komunikasi Humas Ditjen Pajak RI Dalam Upaya Pemulihan Citra Pasca Kasus Gayus</p>	<p>Kedua peneliti yaitu membahas tentang peran humas dalam upaya pemulihan citra instansi.</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada metode yang digunakan Gilang Kumari Putra yakni studi kasus komprehensif yang bersifat spesifik,</p>

				khusus dan berskala lokal Sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.
3.	S. Adha dan M. Rohimakumullah	Peran Humas dalam Menangani Krisis Citra Sistem OSS di Kementerian Investasi Indonesia	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengambilan data melalui wawancara	Perbedaan dengan penelitian yaitu subjek penelitian Kementerian Investasi indonesia sedangkan peneliti Kementerian Keuangan.
4.	Deril Rosyid Al habib dan Bambang Suratman.	Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Lembaga Pemerintahan	Persamaan dari kedua peneliti yakni menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Perbedaan dari penelitian yaitu subjek yang diambil humas DPRD Kabupaten Nganjuk sementara peneliti mengambil subjek Biro Layanan

				Komunikasi dan Informasi.
5.	Oktavia Ninditasari	Publik Relations Dan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Tengah II Surakarta Dalam Membangun Kembali Citra Baik di Kalangan Masyarakat Solo)	Persamaan dari kedua peneliti yakni menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Perbedaannya peneliti mengambil subjek penelitian yang berbeda

Sumber : (Olahan Peneliti, 2023)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

E. Landasan Teori

1. Hubungan Masyarakat (*Public relations*)

Humas menurut moore merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi tindakan seseorang atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan mengimplementasikan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik (Mukarom & Laksana, 2016)

Frank Jefkins mengungkapkan sejatinya humas yaitu sesuatu yang memadatkan semua komunikasi terencana di dalam dan di luar organisasi dan di antara semua khalayaknya untuk mencapai tujuan yang dipahami secara umum. Humas pada prinsipnya selalu bertujuan untuk menciptakan pemahaman melalui informasi, dan diharapkan akan ada efek, sehingga perubahan yang positif (Morissan, 2010).

Menurut Cutlip dan Center dalam (Morissan, 2010) public relations atau humas sebagai jembatan proses komunikasi dan interpretasi serta informasi dan gagasan dari sebuah lembaga yang disampaikan kepada publik. Serta pendapat masyarakat terkait dengan lembaga tersebut dalam upaya jujur untuk memajukan kepentingan bersama sehingga terjalin keserasian yang harmonis antara lembaga dengan masyarakat. Dalam menyebarkan suatu pesan, humas tidak bisa secara merata ke seluruh lapisan *audiens*. Untuk *audiens* yang terbatas ini, humas secara intensif menciptakan komunikasi baik secara internal maupun eksternal.

Praktik dari humas sendiri sudah dikenal dan diimplementasikan oleh khalayak umum. Namun, Meskipun *public relations* telah menjadi disiplin ilmu yang semakin dikenal, namun masih banyak yang belum memahami secara mendalam. Saat ini, hampir semua organisasi membutuhkan fungsi humas untuk menjalin hubungan dengan publiknya. Oleh karena itu, humas menjadi suatu bentuk komunikasi yang penting dan berlaku untuk berbagai jenis organisasi, termasuk yang bersifat komersial, *profit* maupun *non-profit*. Beberapa jenis kehumasan yang ada di antaranya adalah humas pemerintahan yang merupakan organisasi kehumasan yang didirikan untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan. Kemudian Humas industri dan bisnis yang bertujuan untuk menyadarkan publik akan dampak keputusan industri dan perusahaan terhadap isu-isu di atas dan, di sisi lain, masyarakat sebagai target pasar kehidupan industri dan komersial. Humas sosial ada untuk kegiatan kesejahteraan umum terlepas dari efek bisnis biasa. Lainnya Humas organisasi internasional dibentuk untuk mengelola komunikasi dan hubungan antarnegara dalam menghadapi perubahan yang cepat dalam bidang pariwisata, komunikasi, pertukaran pendidikan, dan lainnya. (Azzahra, 2015).

a. Humas Pemerintahan

Humas dalam lembaga pemerintahan merupakan langkah untuk menciptakan jembatan yang berhubungan dengan kepentingan pemerintah dan masyarakat. Adanya Humas instansi pemerintah

bertujuan untuk menyampaikan kebijakan dan memberikan berbagai informasi terhadap khalayak, yang dapat memberikan peluang untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi. Salah satu ciri pemerintahan yang baik adalah pemerintahan yang demokratis, hubungan yang bertanggung jawab dengan masyarakat berdasarkan kepentingan bersama diperlukan untuk keberhasilan pemerintahan yang demokratis. Semua negara, terutama negara berkembang seperti Indonesia, membutuhkan PR. Humas ini merupakan perpanjangan dari proses pembuatan kebijakan, yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam kaitannya antara kepentingan individu maupun kelompok, agar lembaga atau perusahaan tempat pejabat humas tersebut berada mendapatkan kepercayaan masyarakat atau publik. (Rachmadi, 2010).

b. Peranan Humas Pemerintahan

Humas pemerintah yang berperan sebagai juru bicara harus mengetahui semua kebijakan administrasi, alasan di balik peraturan yang diterapkan dan tujuan yang diinginkan. Semua kebijakan publik yang ada dapat dilaksanakan dengan baik, sangat membutuhkan dukungan dari masyarakat. Namun apa yang menjadi alasan untuk masyarakat mendukung kebijakan tersebut apabila tidak paham tujuan dari adanya kebijakan itu sendiri. Selain itu, permasalahan yang sering muncul yaitu masyarakat kurang tepat dalam menyikapi kebijakan dan peran pejabat. Hal ini terjadi karena

masyarakat tidak mengetahui maksud dan tujuan dari kebijakan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan “pengantar komunikasi” yang baik dan humas harus mampu memfasilitasi hal itu. Untuk mengimplementasikan bagian kehumasan yang ideal (misalnya perusahaan swasta), kehumasan pemerintah pusat/daerah harus benar-benar diberdayakan. Menurut (Permata Lani & Handayani, 2021) Ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu :

1) Meningkatkan SDM Bagian Humas

Kemampuan personel PR harus dimaksimalkan sesuai kebutuhan. Jelas, departemen hubungan masyarakat tidak dapat menjalankan tugasnya secara maksimal jika sumber daya manusianya tidak diperhatikan. Perlu adanya pergantian ataupun rotasi posisi bagi pegawai agar tidak timbul rasa jemu. Apabila terdapat kesenjangan antara kualifikasi pegawai dengan kualifikasi yang dibutuhkan, pelatihan harus dilakukan secara proporsional. Pelatihan yang diusulkan akan mencakup pelatihan jurnalistik untuk meningkatkan keterampilan pemberian informasi melalui sehingga proses yang dijalani lebih terlihat. Pelatihan informasi kehumasan perlu adanya untuk mengetahui peran dan pengoperasian kehumasan.

2) Mengubah Paradigma Keliru

Paradigma ini merangkup peranan dan tugas humas di lingkup daerah maupun pusat, yaitu hubungan masyarakat

sekedar mencakup operasi, masalah protokol, persiapan siaran pers dan melakukan pengolahan teks pidato. Padahal, tupoksi humas melebihi dari cakupannya, yakni sebagai penghubung dari birokrasi ke pihak luar. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan instansi serta menerima dan menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan pengembangan, pengelolaan dan pembinaan masyarakat. Perlu bagi humas untuk terus mendapat informasi yang jelas tentang tindakan kebijakan yang akan diambil, dan latar belakang serta mencapai tujuan dan maksud yang dituju.

3) Sarana dan prasarana

Peningkatan peran humas harus dimaksimalkan dan sesuai porsi yang seharusnya. Hal yang paling menjadi kebutuhan utama saat ini yaitu akses internet, karena informasi harus cepat diakses dan didistribusikan kepada mereka yang memerlukan. Perbaikan ini mencakup kemampuan humas untuk memiliki media sendiri, dalam bentuk cetak seperti majalah atau buletin maupun elektronik, seperti radio dan televisi, sebagai bagian dari pemberian informasi yang luas dan berkesinambungan untuk khalayak. Menariknya, pemerintah pusat/daerah mempunyai media tersendiri yang melingkupi batas-batas media, sehingga jika kedua informasi tersebut (media massa dan media pemerintah) dapat digunakan secara bersamaan dan

berkesinambungan. Hal ini dapat mempercepat laju informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan pemerintah.

4) Koordinasi Pengelolaan Informasi

Sebagai inisiasi dalam menyampaikan informasi yang bermutu, cepat dan terarah, lebih baik terlebih dahulu berkoordinasi dengan bermacam-macam bagian kerja dan unit terkait. Departemen atau unit kerja wajib melaporkan kegiatan humas di lingkupnya. Selain itu, menginformasikan kepada masyarakat tentang kegiatan yang berkaitan dengan layanan teknis. Dengan demikian, humas memiliki bekal amunisi untuk menarik publik.

5) Komitmen Pimpinan

Langkah yang harus dijalankan agar hal di atas dapat terlaksana dengan semestinya adalah perlu adanya arahan dari pimpinan agar membagikan ruang bagi humas untuk melakukan tugasnya. Pengaruh para pemimpin ini sangat dominan karena merupakan faktor jalan keluar dalam pengambilan strategi. Pemangku jabatan wajib memiliki pandangan yang sama tentang humas yang merupakan penyalur informasi dari pemerintah. Oleh karena itu, Humas harus diberdayakan untuk mengumpulkan informasi seluas-luasnya dan mengkomunikasikannya kepada publik dalam dimensi dan batasan kewenangannya. Pemimpin memiliki kewajiban untuk

memahami bahwa berita yang disiarkan tidak boleh hanya tentang pencapaian pemerintah, namun juga tentang semua masalah yang sedang dihadapi. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan harus jujur dan terbuka untuk umum, tanpa bermaksud menyembunyikan, mengalihkan atau melindunginya. Semuanya bergerak maju dalam rangka pembangunan daerah ke yang lebih baik.

c. Tujuan dan Fungsi Humas Pemerintahan

Tugas utama humas adalah memelihara dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/lembaga dengan publiknya secara internal dan eksternal untuk mendorong pemahaman publik, memotivasi dan melibatkan, menciptakan motivasi dan partisipasi publik untuk menciptakan suasana yang kondusif. pendapat (opini publik). Untuk memperoleh haluan atau arah tersebut perlu diusahakan relasi yang harmonis antara humas dengan lingkungannya (Permata Lani & Handayani, 2021). Mengenai konsep fungsional Humas Scott, Cultip dan Center dalam (Effendy, 2010) memberikan keterangan sebagai berikut:

- 1) Memfasilitasi dan menjamin aliran opini yang mewakili publik organisasi sehingga kebijakan didasarkan pada berbagai kebutuhan organisasi dan opini publiknya.

- 2) Menasihati manajemen tentang cara dan sarana untuk membentuk kebijakan dan fungsi organisasi sedemikian rupa sehingga dapat diterima secara optimal oleh publik.
- 3) Merencanakan dan melaksanakan program yang dapat mengarah pada interpretasi positif kepada kebijakan dan kegiatan lembaga.

Dalam suatu lembaga atau organisasi, tugas utama dari humas adalah mengurus lalu lintas, peredaran informasi internal dan eksternal, serta menyajikan informasi dan pemaparan yang seluas-luasnya kepada publik. Hal ini bertujuan agar publik dapat memahami prosedur, strategi, dan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi tersebut sehingga mendapat dukungan dan persetujuan dari publik (masyarakat). Seperti yang telah dijelaskan oleh Rachmadi (2010), hal tersebut sangat penting untuk memperoleh *public support and approval*.

Menurut pandangan dua ahli yang telah disebutkan di atas, seorang Humas idealnya berperan sebagai juru bicara pemerintah atau organisasinya dan juga sebagai koordinator arus informasi antara pemerintah atau organisasi dengan masyarakat. Selain itu, karena tugasnya yang penting, wajar jika Humas diposisikan sebagai bagian dari mekanisme pengambilan keputusan. Oleh karena itu, hubungan Humas dengan badan pembuat keputusan sangat penting. Dalam konteks pemerintahan Indonesia, tugas pokok dari Humas adalah :

- 1) Melaksanakan tugas-tugas kebijakan.
 - 2) Menyediakan pelayanan dan menyebarluaskan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan yang terkait dengan program-program kerja nasional;
 - 3) Berperan sebagai komunikator dan perantara yang proaktif dalam mengintegrasikan kepentingan instansi pemerintah dan *responsive* terhadap keinginan serta kebutuhan masyarakat;
 - 4) Berpartisipasi aktif dalam mendorong iklim dan pembangunan negara yang menguntungkan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang
2. Citra

Citra merupakan persepsi publik terhadap sesuatu, prasangka individu dan bias kelembagaan. Citra dipengaruhi oleh informasi yang diterima seseorang. Jika informasi tersebut positif, maka citra dan reputasi yang terbentuk akan positif, begitu juga sebaliknya jika informasi tersebut negatif. Setiap institusi menginginkan citra dan reputasi yang positif, namun terkadang hal tersebut tidaklah mudah untuk dicapai. Oleh karena itu, lembaga negara harus selalu berusaha untuk membangun citra dan reputasi yang positif. Citra dan reputasi yang positif akan mendukung semua tindakan dan keputusan yang diambil oleh lembaga tersebut. Jika lembaga tersebut memiliki citra yang positif, maka dukungan dari masyarakat (*stakeholder*) akan mengalir dengan sendirinya. Berdasarkan hal tersebut, dukungan

masyarakat sangat penting bagi keberlangsungan lembaga tersebut (Kasmirus, 2013).

a. Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah kualitas perusahaan yang diciptakan untuk menimbulkan kesan kepada publik, baik secara internal maupun eksternal. Bagi publik internal, citra perusahaan disusun sedemikian rupa sehingga timbul pemahaman yang baik tentang perusahaan dan terciptanya loyalitas karyawan. Bagi publik eksternal, citra perusahaan dibangun sedemikian rupa sehingga perusahaan diterima secara positif oleh publiknya. Citra sendiri merupakan sesuatu yang abstrak yang tidak dapat dinilai secara matematis karena berada dalam pikiran atau emosi konsumen dan masyarakat. Citra perusahaan dalam pandangan khalayak tercermin dari opini atau cara berpikir perusahaan melihat realitas yang terjadi.

Jadi, satu hal yang harus dipahami berkaitan dengan proses pembentukan citra perusahaan, persepsi realitas (yang muncul di media) (yang berkembang di masyarakat). Seberapa jauh citra tercipta tergantung sepenuhnya pada seberapa humas mampu menciptakan persepsi berdasarkan realitas yang terjadi (Datuela, 2013).

3. Komunikasi Krisis

Coombs (2015) Krisis dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis kluster, yaitu victim cluster, accidental cluster, dan preventable cluster.

Victim cluster merupakan kluster yang tanggung jawab krisisnya sangat sedikit bagi organisasi. Kluster ini meliputi bencana alam, desas-desus, kekerasan dalam pekerjaan, dan perbuatan jahat. Accidental cluster merupakan kluster yang tanggung jawab krisisnya diatribusikan dengan rendah kepada organisasi. Kluster ini mencakup tantangan dari publik, kecelakaan akibat kesalahan teknis, dan kegagalan produk akibat kesalahan teknis. Preventable cluster merupakan kluster yang krisisnya dapat dicegah dan tanggung jawab krisisnya diatribusikan dengan sangat kuat kepada organisasi. Kluster ini melibatkan kecelakaan kerja akibat kesalahan manusia, kegagalan produk akibat kesalahan manusia, dan kesalahan organisasi (Juliana et al., 2022). Komunikasi krisis melibatkan interaksi antara perusahaan dan publik dalam upaya menangani krisis yang sedang dihadapi oleh perusahaan. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk mengatasi krisis dengan efektif. Melalui strategi dan taktik komunikasi yang tepat, perusahaan dapat memperbaiki citra dan reputasinya setelah krisis tersebut terjadi ((Fearn-Banks, 2010). Model tahapan krisis terdiri dari tiga tahap utama Tahap berdasarkan Coombs (2015) yaitu:

- a. ***Pre-crisis***, yang mencakup upaya mendekripsi sinyal krisis, mencegah terjadinya krisis, dan mempersiapkan diri menghadapi krisis. Pada tahap ini, organisasi melakukan monitoring terhadap lingkungan internal dan eksternal untuk mendekripsi tanda-tanda awal krisis yang mungkin muncul. Selain itu, langkah-langkah

pencegahan juga diimplementasikan untuk mengurangi risiko terjadinya krisis. Organisasi juga melakukan persiapan dan perencanaan untuk menghadapi krisis potensial dengan mengembangkan prosedur darurat, tim respons krisis, dan komunikasi krisis yang efektif.

- b. *Crisis*, di mana organisasi mengenali adanya krisis dan harus segera mengambil tindakan untuk menangani krisis tersebut. Pada tahap ini, tim respons krisis aktif terlibat dalam mengidentifikasi dan menganalisis sumber krisis, mengevaluasi dampaknya, dan membuat keputusan yang tepat dalam penanganan krisis. Komunikasi yang efektif dan transparan juga sangat penting pada tahap ini untuk memberikan informasi yang akurat kepada para *stakeholder* dan mengelola persepsi publik.
- c. *Post-crisis*, di mana organisasi melakukan evaluasi terhadap tindakan yang telah dilakukan selama penanganan krisis. Pada tahap ini, dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap respons krisis, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam manajemen krisis, serta pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan menghadapi krisis di masa depan. Evaluasi tersebut mencakup analisis terhadap keefektifan tindakan yang dilakukan, respons publik, dampak terhadap citra dan reputasi organisasi, serta identifikasi pelajaran penting yang dapat diambil dari pengalaman krisis tersebut.

Dengan mengikuti model tahapan manajemen krisis ini, organisasi dapat secara proaktif menghadapi krisis, mengurangi dampak negatif yang ditimbulkannya, dan belajar dari pengalaman untuk meningkatkan kemampuan manajemen krisis di masa depan. Adapun tahapan krisis lain dari (Fearn-Banks, 2010) sebagai berikut :

- a. *Pre-crisis*, dalam tahap ini meliputi persiapan menghadapi potensi krisis dengan mengembangkan, rencana komunikasi krisis, mengidentifikasi potensi krisis dan memberi pelatihan kepada pegawai mengenai prosedur komunikasi krisis.
- b. *Initial crisis* (tahap awal), tahap ini melibatkan respon ketika krisis mulai terungkap, mulai saat mengumpulkan informasi, menilai situasi, serta memilih juru bicara untuk perusahaan.
- c. *Maintenance* (pemeliharaan), tahap ini meliputi pengelolaan krisis dengan diskusi bersama *stakeholder*, memantau media, dan memberikan pembaruan seperlunya.
- d. *Recovery* (pemulihan), tahap dimana perusahaan mulai beroperasi normal kembali setelah melewati krisis, termasuk memperbaiki hal yang berhubungan dengan reputasi perusahaan dan melakukan evaluasi efektivitas rencana komunikasi krisis.

4. *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*

Menurut Coombs (2018) Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa krisis adalah peristiwa negatif yang mempengaruhi cara publik membuat penilaian terhadap tanggung jawab organisasi yang

terlibat dalam krisis. Dalam konteks ini, atribusi merujuk pada persepsi publik terhadap krisis tersebut. SCCT menawarkan tiga strategi komunikasi primer dalam merespons krisis, yaitu *denial* (penolakan), *diminish* (mengurangi dampak), dan *rebuild* (memperbaiki).

Selain itu, teori ini juga mengemukakan strategi komunikasi sekunder yang dikenal sebagai *bolstering* (penguatan) untuk memperkuat citra dan reputasi organisasi. Dengan menggunakan SCCT, organisasi dapat merencanakan dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat sesuai dengan situasi krisis yang dihadapi. Melalui pendekatan ini, diharapkan organisasi dapat mengelola persepsi publik, meminimalkan dampak negatif, dan memulihkan citra dan reputasi mereka (Juliana et al., 2022). Strategi komunikasi dalam merespon krisis berdasarkan SCCT dalam dijelaskan sebagai berikut (Putri et al., 2019) :

- a. *Denial Strategy* dilakukan oleh organisasi yang berpikir mereka tidak melakukannya sedang menghadapi krisis, tetapi dikabarkan bahwa organisasi sedang menghadapi krisis/masalah serius. Dalam strategi ini, bentuk pesannya bisa berupa: *attack the accuser*, yakni menyerang seseorang ataupun kelompok yang menuduhkan sesuatu itu salah; *denial*, instansi menyangkal adanya bahwa ada situasi tidak beres di organisasi; *scape goat*,

menyalahkan suatu pihak atau organisasi atas krisis yang dialami.

- b. *Diminish Strategy* dilakukan oleh organisasi ketika mereka mengakui adanya krisis yang terjadi. Dua hal yang dapat dilakukan organisasi yakni: *excuse*, dimana organisasi berusaha mengurangi tanggung jawab dengan mengatakan bahwa organisasi tidak bermaksud melakukan hal negative tersebut. Pada *justification*, organisasi bisa mengklaim bahwa kerusakan yang terjadi tidak serius, serta mengemukakan bahwa krisis telah salah interpretasi.
- c. *Rebuild Strategy* dilakukan ketika organisasi berusaha untuk mengubah persepsi publik terhadap organisasi dengan cara mencoba memohon maaf dan menerima kenyataan bahwa memang benar-benar terjadi krisis. Tiga hal dapat dilakukan adalah *compensation*, berupa pemberian sejumlah kompensasi kepada korban krisis dan *apology*, yaitu organisasi memohon maaf atau ampun dari publik.
- d. *Reinforcing / Bolstering strategy* yakni organisasi berusaha untuk mencari dukungan publik dengan menggunakan cara berikut: *reminder*, yaitu dengan mengingatkan publik akan hal-hal positif yang telah dilakukan organisasi; *ingratiation*, yaitu mengatakan hal-hal baik atau memuji *stakeholder* dan/atau mengingatkan mereka tentang perbuatan baik di masa lalu oleh

organisasi; dan *victimimage* yaitu mengingatkan pada *stakeholder* bahwa organisasi adalah korban dari krisis juga.

Tabel 2. Strategi Komunikasi dalam Merespon Krisis berdasarkan SCCT

Jenis Strategi	Respon Krisis
<i>Denial</i>	Serang si penuduh: hadapi pihak-pihak yang menuduh dan menyebarkan berita palsu tentang organisasi. Penyangkalan: menyangkal tanggung jawab atas krisis. Mengkambinghitamkan: menyalahkan pihak lain atas krisis.
<i>Diminish</i>	Beralasan: meminimalkan tanggung jawab organisasi dengan menyangkal niat untuk membahayakan atau menyangkal kemampuan untuk mengendalikan situasi. Justifikasi: mengkonfirmasi untuk meminimalkan persepsi kerusakan yang ditimbulkan oleh krisis.
<i>Rebuild</i>	Kompensasi: memberikan bantuan, barang-barang material atau uang kepada korban. Permintaan maaf: meminta maaf di depan publik sebagai tanggung jawab atas krisis.
<i>Bolstering</i>	Mengingatkan: mengingatkan publik tentang kinerja baik yang dilakukan organisasi di masa lalu. Menyanjung: memuji publik karena telah membantu selama krisis. <i>Victimage</i> : menyatakan bahwa organisasi juga menjadi korban dalam krisis

Sumber : (Juliana et al., 2022)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

F. Kerangka Pemikiran

Tabel 3. Kerangka Pemikiran

Berawal dari tersebarnya video penganiayaan Mario yang merupakan anak dari pegawai pajak Rafael Alun Trisam terhadap David, dan terungkapnya gaya hidup mewah keluarga RAT, RAT yang tidak melaporkan LKHPN sepenuhnya , penyalahgunaan dana, dan isu pencucian uang 369 T yang melibatkan Kementerian Keuangan RI yang akhirnya menimbulkan kritik dan mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap intansi akhirnya terjadinya krisis komunikasi dan kepercayaan publik sehingga perlu adanya strategi respon krisis oleh Kementerian Keuangan

Tahapan Krisis

Oleh Kathleen Fear-Banks (2010)

- a. *Pre-crisis* (Persiapan menghadapi situasi krisis)
- b. *Initial crisis* (tahap awal krisis, respon, menilai situasi, dll)
- c. *Maintenance* (pengelolaan krisis dengan diskusi Bersama *stakeholder*, memantau media ,dll)
- d. *Recovery* (membangun kembali image dan evaluasi setelah melewati krisis)

Analisis Respon Krisis dengan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT)

Oleh W. Timothy Coombs (2007)

- a. *Denial* (*attack the accuser, denial, scape goat*)
- b. *Diminish* (*excuse, justification*)
- c. *Rebuild* (*compensation, apology*)
- d. *Bolstering* (*reminder, ingratiation, victimage*)

Melalui strategi yang dilakukan Biro KLI membantu Kementerian keuangan dalam menghadapi dan mengatasi komunikasi krisis dengan lebih terkoordinasi, efektif, dan strategis dan menyampaikan informasi kepada publik, mengelola pesan-pesan krisis, dan meminimalkan dampak negatif terhadap pandangan masyarakat terhadap Kementerian Keuangan RI dan respon krisis yang dilakukan tersebut dinilai sebagai strategi yang efektif bagi Kementerian Keuangan RI untuk mendapatkan kembali kepercayaan publik.

Sumber : (Olahan Peneliti, 2023)

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang mana dalam penelitian cenderung bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan jenis kegiatan penelitian yang bertujuan untuk mengungkap makna dari berbagai fenomena yang terjadi dalam suatu bidang tertentu. Jenis penelitian ini sering disebut sebagai penelitian interpretatif karena fokus utamanya adalah pada pengungkapan makna dari benda-benda budaya dalam masyarakat. Penelitian kualitatif tidak hanya melihat objek yang diteliti secara fisik, tetapi juga berusaha untuk memahami makna di balik fenomena yang diamati. (Pradoko, 2017).

Menurut Sukmadinata Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memberikan gambaran tentang fenomena yang terjadi, baik yang bersifat alamiah maupun yang dirancang manusia, dengan fokus pada karakteristik, kualitas, serta hubungan antar kegiatan (Sukmadinata, 2009). Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti ingin mengetahui strategi dari Biro Komunikasi dan Layanan Informasi dalam melaksanakan Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Pada Kasus Rafael Alun Trisambodo.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah atribut atau esensi atau nilai dari orang, subjek penelitian menjadi hal penting dalam sebuah penelitian, karena dibutuhkan untuk judul penelitian juga data yang menjadi keperluan

(Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini subjek yang menjadi fokus pembahasan yaitu Biro Komunikasi dan Layanan Informasi sebagai humas dari Kementerian Keuangan RI.

Objek penelitian adalah kegiatan yang mempunyai fungsi dengan variabel tertentu yang akan diperiksa dan akan didapatkan kesimpulan, objek penelitian berfungsi untuk mendapatkan informasi sesuai dengan tujuan dan kegunaannya (Sugiyono, 2013). Objek dari penelitian ini adalah Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Pada Kasus Rafael Alun Trisambodo.

3. Teknik pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus jika dibandingkan dengan metode lainnya. Selain itu, observasi tidak hanya terbatas pada manusia, melainkan juga dapat diterapkan pada berbagai objek alam lainnya. Melalui aktivitas observasi, seorang peneliti dapat memperoleh pemahaman tentang perilaku dan makna di balik perilaku tersebut (Sugiyono, 2020) . Pada penelitian ini digunakan Teknik pengumpulan data observasi partisipan (*observer as participant*). Dengan melakukan observasi peneliti dapat mengamati Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Pada Kasus Rafael Alun Trisambodo.

b. Wawancara

Wawancara (*interview*) dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner, dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada narasumber terkait permasalahan yang diteliti dengan harapan mendapatkan bahan dasar data yang akan dianalisis dan menghasilkan penafsiran atas data yang diperoleh lewat wawancara (Raco, 2018). Penelitian ini menggunakan Teknik wawancara terstruktur (*Structured Interview*) dimana peneliti akan menyusun beberapa instrumen berupa pertanyaan yang akan di tanyakan kepada narasumber. Dalam wawancara ini peneliti melibatkan 3 narasumber dari pihak Biro Komunikasi dan Layanan Informasi yakni tim penanganan krisis yang terdiri dari Sub-bagian Manajemen Strategi Komunikasi, Sub-bagian Publikasi Elektronik, dan Sub-bagian Hubungan Media.

c. Dokumentasi

Pengambilan dokumentasi dalam penelitian adalah upaya peneliti untuk memperkuat hasil penelitian dengan merekam gambar atau merekam karya-karya monumental dalam berbagai bentuk seperti tulisan dan gambar (Sugiyono, 2013). Peneliti akan mencantumkan beberapa gambar berupa proses wawancara maupun data terkait penelitian.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mengambil sumber dari jurnal, buku maupun referensi lainnya untuk kepentingan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2013). Teknik ini akan digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi terkait penelitian berupa jurnal, artikel, *website*, arsip, maupun riset dari instansi terkait.

4. Metode Analisis data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan mengatur hasil wawancara dan observasi secara sistematis, kemudian menafsirkannya untuk menghasilkan pemikiran, pendapat, teori, atau gagasan baru yang terkandung dalam temuan atau hasil penelitian (Raco, 2018). Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2013) sebagai berikut :

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan tahap dimana peneliti melakukan proses pemilihan, pemusatan serta penyederhanaan dari data/informasi diperoleh dari lapangan sehingga menghasilkan kesimpulan. Dalam hal ini peneliti fokus menganalisis data terkait Komunikasi Krisis Sebagai Strategi Pemulihan Citra dalam Studi Kasus Krisis Komunikasi Kementerian Keuangan RI di Tahun 2023.

b. Penyajian data

Penyajian data dilakukan untuk membuat deskripsi dari informasi yang sudah tersusun untuk selanjutnya proses

pengambilan tindakan. Pada penelitian ini, data disajikan dengan memberikan deskripsi hasil penelitian yang sudah diklasifikasikan terlebih dahulu. Selanjutnya, data akan dibahas dan ditafsirkan berdasarkan teori-teori yang digunakan oleh peneliti.

c. Penarikan kesimpulan

Sebagai tahap akhir dari proses analisis data, penarikan kesimpulan dilakukan dengan melakukan interpretasi terhadap makna data yang telah disajikan. Data tersebut akan dihubungkan dan dibandingkan satu sama lain oleh peneliti sehingga kesimpulan yang tepat dapat diambil sebagai jawaban atas setiap permasalahan penelitian yaitu terkait Komunikasi Krisis Sebagai Strategi Pemulihian Citra dalam Studi Kasus Krisis Komunikasi Kementerian Keuangan RI di Tahun 2023.

5. Keabsahan data

Triangulasi data berarti menggunakan bermacam-macam data, menggunakan lebih dari satu teori, beberapa teknik analisa, dan melibatkan banyak peneliti lainnya. Penggunaan triangulasi sangat membantu, tetapi sekaligus juga sangat mahal. Dalam banyak penelitian kualitatif, peneliti umumnya menggunakan teknik triangulasi dalam arti menggunakan *interview* dan observasi (Raco, 2018).

Peneliti melakukan triangulasi data dengan menggunakan berbagai sumber informasi. Triangulasi data tersebut meliputi hasil wawancara, informasi yang berkaitan dengan organisasi, dan interpretasi dari

peneliti. Dalam hal ini peneliti melibatkan Abraham Wahyu Nugroho, S.Ikom, M.A, alasan peneliti memilih Ferry karena beliau sebagai Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata dan aktif mengikuti isu-isu krisis yang terjadi di lingkup pemerintahan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dengan judul “Strategi Respon Krisis Kementerian Keuangan RI Pada Kasus Rafael Alun Trisambodo Dalam Memulihkan Kepercayaan Masyarakat”, dapat diambil kesimpulan dari bagaimana Kementerian Keuangan merespons kasus Rafael Alun Trisambodo sebagai upaya pemulihan citra mereka setelah terlibat dalam kontroversi. Penggunaan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) menjadi landasan dalam menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kementerian Keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi ini mengambil pendekatan yang beragam, termasuk *denial strategy*, *diminish strategy*, *rebuild strategy*, dan *bolstering strategy*, tergantung pada fase krisis yang berbeda.

Selama tahap *denial strategy*, Kementerian Keuangan berusaha untuk membantah klaim negatif dan memberikan bukti yang kuat untuk mendukung argumen mereka. Tahap *diminish strategy* melibatkan upaya untuk meminimalkan dampak negatif pada citra organisasi dengan membatasi informasi yang dirilis kepada publik. Sedangkan tahap *rebuild strategy* Kementerian Keuangan banyak melakukan permintaan maaf atas krisis yang terjadi, terakhir pada *bolstering strategy* lebih menekankan pada pemulihan citra positif dengan menyoroti prestasi dan tanggung jawab sosial dari Kementerian keuangan. Dari beberapa pendekatan yang

dilakukan, Kementerian Keuangan cenderung menggunakan *rebuild strategy* dan *bolstering strategy* melihat dari Kementerian Keuangan beberapa kali mengadakan konferensi pers atau permintaan maaf di wawancara media melalui juru bicara dan postingan-postingan terkait penggunaan dana APBN yang lebih masif dari sebelumnya.

Upaya Kementerian Keuangan dalam merespon krisis dan memulihkan kepercayaan masyarakat terhadap mereka telah berhasil dalam beberapa aspek penting. Peningkatan pembayaran pajak dan hasil survei kepercayaan masyarakat menunjukkan bahwa langkah-langkah yang diambil oleh Kementerian Keuangan, termasuk strategi komunikasi berdasarkan SCCT, telah membawa hasil positif. Peningkatan kepatuhan pajak menandakan bahwa masyarakat mulai mempercayai integritas Kementerian Keuangan dalam mengelola dana negara. Hasil survei kepercayaan masyarakat yang meningkat juga mencerminkan perbaikan persepsi publik terhadap Kementerian Keuangan. Ini adalah bukti nyata bahwa pemulihan kepercayaan dapat berhasil melalui strategi komunikasi yang efektif dan transparan.

B. Saran

Peneliti pada penelitian ini merekomendasikan bahwa Kementerian Keuangan Republik Indonesia harus tetap mempertahankan strategi-strategi terbaik yang telah berhasil dalam mengelola krisis tersebut. Dengan demikian, Kementerian Keuangan dapat memastikan bahwa mereka tetap

kuat dalam menghadapi tantangan di masa depan dan mempertahankan citra yang positif.

Adapun saran dari peneliti dengan hasil penelitian dan pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kementerian Keuangan Republik Indonesia

Setelah diberikan kesempatan untuk melakukan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran untuk menjadi bahan pertimbangan, penting untuk Kementerian Keuangan untuk terus berinvestasi dalam pembinaan citra dan integritas organisasi maupun pegawai, baik melalui pelatihan internal, pembinaan etika, dan memperkuat hubungan dengan *stakeholder*. Selanjutnya, Kementerian Keuangan harus memiliki rencana respon krisis yang diperbarui secara berkala dan respons cepat yang sesuai dengan perkembangan situasi yang mungkin terjadi. Pemantauan media sosial dan pembaruan rutin kepada publik juga perlu dipertahankan. Terakhir, langkah-langkah untuk mencegah terulangnya krisis serupa harus diintegrasikan ke dalam kebijakan dan prosedur instansi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian yang lebih komprehensif dan mendalam tentang komunikasi krisis dan pemulihan citra organisasi. Hal ini akan memberikan

wawasan berharga untuk membantu organisasi dalam menghadapi tantangan krisis di masa depan.



DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023a, March 16). *Meski Ada Kasus Rafael Alun, Pelaporan SPT Pajak Meningkat*. Databoks.
- Annur, C. M. (2023b, July 3). *Survei Indikator Politik: Kepercayaan Publik ke Ditjen Pajak Meningkat pada Juni 2023*. Databoks.
- Anwar, S., & Y, A. E. (2020). *Organisasi Kementerian Keuangan : DARI MASA KE MASA*.
- Azzahra, Z. I. (2015). *Macam – Macam Humas*.
- CNN, T. (2023). MK Pindahkan Pengadilan Pajak dari Kemenkeu ke MA. *CNN INDONESIA*.
- Coombs, T., & Holladay, S. (2010). *The Handbook of Crisis Communication*. Blackwell.
- Datuela, A. (2013). STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. TELKOMSEL BRANCH MANADO DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN. *JOURNAL “ACTA DIURNA,”* 2(9), 1689–1699.
- Effendy, O. U. (2010). *Human Relations dan Public Relations Management*. Mandar Maju.
- Fearn-Banks, K. (2010). *Crisis Communications : A Casebook Approach* (4th Editio). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203849521>
- Hasnawati, S., & Salamah, U. (2017). The evaluation of the transformation of government public relations in the new media era. *Proceeding the 4th Conference on Communication, Culture and Media Studies, October*, 1–10.
- Juliana, R., Asmara, S., & Kurniawati, D. (2022). Manajemen Komunikasi Krisis Direktorat Jenderal Pajak Dalam Mengatasi Dampak Negatif Dari Pemberitaan Pajak Pertambahan Nilai Barang Kebutuhan Pokok. *Komunika*, 18(2), 17–35. <https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9545>
- K. (2015). *Tafsir Surat An-Nisa, ayat 58.* IbnuKatsironline. <http://www.ibnuKatsironline.com/>
- Kasmirus, W. (2013). Peran Kehumasan dalam Membangun Citra Pemerintah di Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Administrasi Reform*, 1(1), 190–208.
- Kemenkeu. (2023a). *Strategi Komunikasi Penganagan Krisis Komunikasi*.
- Kemenkeu. (2023b). *Kementerian Keuangan : Profile*.
- Kemenkeu. (2023c). *Perkuat Integritas, Menteri Keuangan Sampaikan Evaluasi Reformasi Birokrasi Kementerian Keuangan*. Kemenkeu.Go.Id.

<https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Evaluasi-Reformasi-Birokrasi-Kementerian-Keuangan>

- Kementerian Keuangan RI. (2021). Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 118/PMK.01/2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan. *Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 1862, 8 September 2021*, 1–989.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Kencana.
- Moore, H. F. (2005). *Humas : Membangun Citra dengan Komunikasi*. Rosda Karya.
- Morissan. (2010). *Manajemen Public Relation : Strategi Menjadi Humas Profesional*. Kencana Prenada Media.
- Mukarom, H. Z., & Laksana, M. W. (2016). *Membangun Kinerja Pelayanan Publik Menuju Clean Government and Good Governance*. Pustaka Setia.
- Naufal Dzulfaroh, A. (2023). Kasus Mario Dandy Satrio dan Terbukanya Tabir Sisi Gelap Pegawai Pajak. *Kompas.Com*.
- Permata Lani, O., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2).
- Pradoko, A. M. S. (2017). *PARADIGMA METODE PENELITIAN KUALITATIF (Keilmuan Seni, Humaniora dan Budaya)*. UNY Press.
- Purba, B. dkk. (2020). *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar* (J. Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Putra, G. K. (2018). Strategi Komunikasi Humas Ditjen Pajak RI Dalam Upaya Pemulihan Citra Pasca Kasus Gayus. *Jurnal Ilmiah Widya*, 5(1), 35–39.
- Putri, A. W., JK, S., & Rahmanto, A. N. (2019). KOMUNIKASI KRISIS KEMENTERIAN PERTANIAN PADA KASUS PENGGEREBEKAN GUDANG BERAS PT IBU (Analisis Isi Kualitatif Menggunakan Situational Crisis Communication Theory). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 53. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1765>
- Rachmadi. (2010). *Pengantar Hubungan Masyarakat*. Rosda Karya.
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen public relations dan media komunikasi : konsepsi dan aplikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.

- Sanusi Putri, R. (2023). MK Putuskan Pengadilan Pajak Tak Lagi di Bawah Kemenkeu, Beralih ke Mahkamah Agung. *Tempo*.
- Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2013). *Theorizing Crisis Communication*. Wiley-Blackwell.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF DAN KOMBINASI*. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Rosda Karya.
- Tafsir Surat An-Nahl Ayat 125*. (2020). TafsirWeb.
- TvOne, T. (2023). Viral Gaya Hidup Hedon Keluarga Mario Dandy, Flexing Harta dan Kekuasaan, Rumah dan Mobil Mewah Tak Luput Dari Mata Netizen Artikel ini sudah tayang di tvonenews.com pada hari Selasa, 28 Februari 2023 - 23:30 WIB Judul Artikel : Viral Gaya Hidup Hedon Kel. *Tvonenews.Com*.

