

MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS HOTEL NOVITA TERKAIT ISU PENISTAAN AGAMA

RIZQI KHAIRUNNISA
rizqikhairunnisa@gmail.com

Abstrak

Adanya kebebasan berpendapat di lingkungan masyarakat dan media yaitu salah satu unggahan di media sosial oleh seseorang di dalam gambarnya menunjukkan gambar ornament Natal yang terdapat lafadz Allah dibawahnya diduga sebagai isu penistaan agama yang menjadi krisis bagi Hotel Novita. Krisis dapat dikatakan sebagai siklus kehidupan yang mempunyai beberapa tahap yang dimulai dengan tanda-tanda adanya krisis dan diakhiri dengan penyelesaian krisis dengan menyusun strategi perencanaan jika adanya krisis. Penelitian ini menggunakan landasan konseptual manajemen krisis, komunikasi krisis, dan peran public relations. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen Hotel Novita dalam mengelola isu penistaan agama serta bagaimana peran public relations Hotel Novita atas isu penistaan agama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dari berbagai artikel yang mendukung mengenai kronologi kejadian, dokumentasi dari pihak hotel, dan wawancara semi terstruktur dari inform pihak hotel. Hasil dari penelitian ini adalah kasus tersebut terjadi pada 23 Desember 2016 diawali dengan pemberhentian sementara operasional hotel untuk mempercepat proses penyidikan dan penyelidikan dan hotel dibuka kembali pada 18 Januari 2017 dan telah mendapatkan oknum pelaku sehingga proses hukum berakhir pada 17 Mei 2017. Tahapan krisis berawal dari adanya tanda-tanda krisis namun diabaikan. Upaya penanggulangan krisis berupa adanya tim komunikasi yang mengadakan konferensi pers dengan mengundang media massa dan segala bentuk informasi diinformasikan oleh pihak Hotel Novita dan pihak-pihak terkait untuk orisinalitas informasi. Selain itu, peran public relations Hotel Novita sebagai fasilitator pemecahan masalah yang mempunyai jalur tecepat menuju top management. Wujud peran public relations adalah memperbaiki komunikasi antar karyawan dan atasan terkait kritik dan saran dan melakukan mediasi, konferensi pers serta cuci adat untuk dapat mengembalikan citra Hotel Novita kembali.

Kata Kunci: Manajemen Krisis, Komunikasi Krisis, Peran Public Relations

Pendahuluan

Agama menjadi isu yang menarik diperbincangkan baik agama sebagai pemahaman maupun agama sebagai politik. Adanya isu penistaan agama di Indonesia ternyata sudah lama ada dan semakin banyak terjadi sejak rezim Orde Baru berakhir. Sebagian besar isu penistaan agama yang terjadi melibatkan tekanan media massa, dikarenakan pada masa reformasi masyarakat dan pers bebas menyampaikan pendapat termasuk memberikan saran hingga kritik kepada pemerintah secara terbuka yang telah mengubah alur pola komunikasi di masyarakat. Alur komunikasi masyarakat yang sebelumnya dibatasi penguasa dan tidak ditolerir untuk berbeda pendapat, sekarang menjadi bebas bagi setiap ekspresi pendapat. Akibatnya, masyarakat makin memiliki keberanian untuk mengemukakan pendapat. Ditambah dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang dapat menyebarkan informasi secara cepat dan luas.

Kebebasan berpendapat dibuktikan dengan salah satu unggahan masyarakat Jambi bernama Bima mengunggah gambar ornament natal yang dibawahnya terdapat lafadz Allah pada 23 Desember 2016 di Hotel Novita yang dapat dikatakan sebagai isu penistaan agama. Isu itu sendiri memiliki pengertian pada suatu kondisi berbagai perkembangan, yang biasanya terdapat dalam area publik apabila signifikan akan memengaruhi operasional atau kepentingan organisasi (Kriyantono, 2015: 150). Sedangkan pengertian penistaan agama merupakan tindakan penghinaan, penghujatan, atau ketidaksopanan terhadap tokoh-tokoh suci, artefak agama, adat istiadat, dan

keyakinan suatu agama. Pada dasarnya, penistaan agama sangat dilarang di Indonesia yang ditegaskan melalui Pasal 1 Undang-Undang Nomor 1 PNPS/1965 tentang Pencegahan Penyalahgunaan dan/atau penodaan agama bahwa penistaan agama adalah : “Setiap orang dilarang dengan sengaja di muka umum menceritakan, menganjurkan, mengusahakan dukungan umum, untuk melakukan penafsiran tentang suatu agama yang dianut di Indonesia atau melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan yang menyerupai kegiatan-kegiatan dari agama itu, penafsiran dan kegiatan mana yang menyimpang dari pokok-pokok ajaran agama itu.”¹

Adanya krisis yang menimpa Hotel Novita tersebut menyebabkan operasional hotel dihentikan kurang lebih selama sebulan. Saudara Bima membagikan postingan tersebut melalui media sosial yang membuat Walikota Jambi yaitu S.Y Fasha serta pihak kepolisian pada saat hari itu juga setelah melakukan perbincangan dengan manajemen hotel akhirnya menutup kegiatan yang berlangsung di Hotel Novita dengan mengangkat tulisan karton “MAAF! HOTEL INI DIHENTIKAN OPERASINYA!!!” dihadapan para awak media yang hadir pada saat pemberhentian sementara operasional hotel secara langsung dengan tujuan untuk menghindari amukan massa.

Akibat dari adanya isu penistaan agama ini diberhentikan operasional hotel selama kurang lebih satu bulan. Pemberhentian operasional hotel diberlakukan oleh pemerintah daerah kota Jambi sebagai

¹ <https://kemenag.go.id/file/dokumen/UU1PNPS65.pdf> (diakses pada 27 Desember 2017 15.46 WIB)

bentuk tindakan preventif/pencegahan akan amukan demo massa dan media yang semakin menjadi-jadi. Dijelaskan bahwa tujuan Public Relations menurut Yulianita (2005: 42) sebagaimana mengutip Dimock Marshall dibagi menjadi dua secara umum yaitu:

- a. Secara positif, berusaha untuk mendapatkan dan menambah penilaian dan goodwill suatu organisasi dan badan usaha
- b. Secara defensif, berusaha untuk membela diri terhadap massa yang bernada negatif bilamana diserang dan serangan itu kurang wajar. Padahal organisasi tidak salah (adanya kesalahpahaman).

Tinjauan Pustaka

1. Tahapan Krisis

Menurut Rhenald Kasali (2008: 227-229) terdapat beberapa tahapan krisis yaitu sebagai berikut:

- a. Tahapan Pedromal, dimana krisis baru muncul dan belum mempunyai dampak yang luas terhadap citra korporasi/institusi. Tahap ini sering disebut warning stage karena pada tahap ini peringatan terhadap datangnya krisis sudah muncul bagi sebuah perusahaan.
- b. Tahap Akut, merupakan pola krisis dimana persoalan muncul ke permukaan. Krisis pada tahap akut ini sering disebut juga the point of no return yang artinya sekali sinyal-sinyal yang muncul pada tahap peringatan tidak digubris, ia akan masuk ke tahap akut dan tidak dapat kembali lagi
- c. Tahap Kronik, dimana krisis telah berlalu dan yang tersisa hanyalah puing-puing masalah akibat krisis
- d. Tahap Resolusi, adalah tahap dimana manajemen harus memulihkan

kekuatan agar kembali seperti semula dan dapat melanjutkan aktivitas dengan normal dan lancar.

2. Upaya Penanggulangan Krisis

Manajemen dapat menanggulangi dengan melakukan upaya-upaya penanggulangan krisis sebagai berikut (Nova, 2011: 128):

a. Perencanaan pra krisis

Manajemen krisis membedakan situasi krisis menjadi pra krisis dan krisis. Situasi pra krisis adalah situasi yang tenang dan stabil, tanpa ada tanda-tanda terjadinya krisis. Situasi krisis adalah tahap-tahap peringatan, akut, kronik, dan pengakhiran. Perencanaan pra krisis dapat dilakukan dengan membentuk tim yang bertanggung jawab dalam mengelola krisis. Masing-masing orang didalam tim memiliki tanggung jawab yang spesifik dan tugas yang jelas. Perencanaan krisis yang baik akan membantu *public relations* memahami bagaimana mengelola krisis.

b. Upaya penanggulangan krisis

Public relations di dalam manajemen krisis dapat menanggulangi krisis dengan langkah- langkah sebagai berikut :

1) Peramalan krisis (*forecasting*)

Manajemen krisis bertujuan untuk menekan faktor-faktor resiko dan ketidakpastian seminimal mungkin. Setiap perusahaan menghadapi masa depan yang selalu berubah dan arah perubahannya tidak bisa diduga. Untuk itu peramalan dilakukan pada situasi pra krisis. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menganalisa peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang terjadi di dunia

bisnis. Untuk memudahkannya, manajemen dapat melakukan peramalan (*forecasting*) dengan memetakan krisis pada peta barometer krisis.

2) Pencegahan krisis (*prevention*)

Langkah-langkah pencegahan sebaiknya diterapkan pada situasi-situasi pra krisis. Untuk mencegah kemungkinan terjadinya krisis. Namun, jika krisis tidak dapat dicegah, manajemen harus mengupayakan agar krisis tidak menimbulkan kerugian lebih besar. Untuk itu, begitu terlihat tanda-tanda krisis segera arahkan ke tahap penyelesaian.

3) Intervensi krisis (*intervention*)

Langkah intervensi dalam situasi krisis bertujuan untuk mengakhiri krisis. Pengendalian terhadap kerusakan (*damage control*) dilakukan pada tahap akut. Langkah-langkah pengendalian terhadap kerusakan diawali dengan identifikasi, isolasi/pengucilan, membatasi/*imitation*, menekan/*reduction*, dan diakhiri dengan pemulihan/*recovery*.

c. Penyelesaian krisis

Untuk menyelesaikan krisis, manajemen harus memiliki rencana manajemen krisis (*crisis management plan*) yang didesain secara teliti untuk menghadapi krisis yang terjadi. Melalui persiapan yang matang, pemimpin dapat memerintahkan bagaimana dan apa yang sebaiknya dilakukan saat krisis terjadi. Mengantisipasi krisis dapat dilakukan saat krisis terjadi. Mengantisipasi krisis dapat dilakukan dengan menggunakan perencanaan strategi dan

manajemen resiko. Setiap krisis harus dihadapi secara serius oleh pimpinan dan disampaikan kepada public secara jujur. Pemimpin harus belajar dari setiap krisis yang terjadi.

3. Strategi Komunikasi Krisis

Menurut Kriyantono (2015: 246) strategi komunikasi krisis yang diterapkan *Public Relations* di sebuah perusahaan harus juga memprioritaskan keselamatan publik. Karena itu, berikut prinsip-prinsip dalam strategi komunikasi krisis yaitu sebagai berikut:

a. Punya tim komunikasi

Adanya pembentukan sebuah tim komunikasi krisis yang terpadu (lintas bidang, termasuk pakar/konsultan eksternal yang terpercaya) ditambah koordinasi yang baik dapat menciptakan tim lebih baik.

b. Kontak media massa

Menghubungi kontak media massa untuk memberikan informasi awal. Tujuannya mengurangi spekulasi-spekulasi khususnya di awal-awal krisis. Spekulasi yang dibiarkan akan memunculkan rumor yang memungkinkan lebih dipercaya, memengaruhi persepsi, dan dianggap sebagai kebenaran.

c. Fakta-fakta

Mengadakan riset serta mengumpulkan fakta-fakta dan mempersiapkan pernyataan kepada publik. Tujuannya untuk mengurangi resiko muncul shock, kepanikan dan kekhawatiran publik. Kepanikan dapat terjadi jika organisasi tidak memberikan informasi sejak awal sehingga memunculkan spekulasi-spekulasi.

d. Konferensi secara berkala

Konferensi pers perlu dilakukan secara berkala. Tujuannya untuk *update*

informasi sehingga tidak muncul kekurangan informasi serta mengonter berita-berita atau publisitas negatif di media. Tidak menutup informasi terkait dengan mengupdate informasi secara regular, organisasi jangan memilih-milih informasi, informasi positif disampaikan data yang negatif disembunyikan. Meskipun negatif, perlu disampaikan dan jangan ditutup-tutupi.

- e. Hati-hati menyampaikan informasi
Dalam menyampaikan informasi harus benar-benar hati-hati dan jangan sampai menimbulkan masalah-masalah baru dan membuat situasi makin keruh, seperti: terburu-buru menyampaikan informasi padahal belum mempunyai fakta yang jelas, tidak menyampaikan simpati/empati; atau menyalahkan pihak lain. Dalam situasi krisis, desakan media sangat besar. Namun demikian, jangan memberikan informasi sampai semua fakta yang valid. Jika kita belum mempunyai fakta yang valid, tetapi media sudah mengejar untuk menggali informasi, maka beri “holding statement” atau setidaknya katakan bahwa fact-finding masih berlangsung sehingga belum dapat memberikan informasi.
- f. Komunikasi reputasi
Melindungi perusahaan dari kritik-kritik spekulasi, yang biasanya muncul dari diskursus publik di media massa. Bersifat dapat dipercaya (*accountability*), keterbukaan (*disclosure*), dan komunikasi berbasis keseimbangan kepentingan (*symmetrical communication*).
- g. Satu suara
Memiliki sistem “one gate communication” melalui sebuah media center dengan satu orang juru

bicara. Juru bicara tidak harus CEO, biasanya praktisi *public relations*. Tetapi, CEO harus menyediakan waktu untuk mengunjungi media center dan melakukan wawancara media. Ini terkait kebutuhan media untuk memperoleh sumber berita yang kredibel.

4. Peran *Public Relations*

Ada banyak peran *public relations* di sebuah perusahaan jika terjadi krisis yang dilampirkan oleh Ruslan (2001: 21-23) antara lain:

- a. Tenaga ahli (*expert prescriber*)
Sebagai praktisi *public relations* yang berpengalaman dan berkemampuan tinggi dapat membantu untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.
- b. Fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*)
Dalam hal ini, praktisi *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya dari organisasi yang bersangkutan, sekaligus harus mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi pada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik yang dilaksanakan oleh *public relations* bersangkutan dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, toleransi yang baik dari kedua belah pihak.
- c. Proses fasilitator pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*)
Peranan ini merupakan bagian tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat sehingga mengambil tindakan eksekusi

(keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

d. Teknik komunikasi (*communication technician*)

Kegiatan *public relations* pada hakikatnya merupakan bagian dari teknik kegiatan berkomunikasi dengan ciri khas komunikasi dua arah (*two ways traffic communication*) antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publiknya atau sebaliknya. Setelah melakukan kegiatan komunikasi tersebut, pihak *public relations* menganalisa untuk mengetahui efeknya atau *feedback* apakah berdampak baik terhadap citra atau sebaliknya menjadi negatif sehingga kurang menguntungkan bagi perusahaan atau organisasi.

Pembahasan

1. Krisis Hotel Novita

Krisis yang dihadapi oleh Hotel Novita sesuai dengan hasil wawancara menyatakan bahwa adanya kerugian secara finansial dan citra yang menyebabkan kategori krisis Hotel Novita sebagai krisis level 1. Sejalan dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa adanya bentuk ketidakpercayaan kembali dari pihak masyarakat terhadap Hotel Novita dikarenakan Hotel Novita mengalami krisis yang berkonten SARA yang pada dasarnya di Indonesia jika sudah mengenai tentang konten tersebut agak sensitif. Konten dari krisis Hotel Novita yang menyebabkan harusnya ada intervensi dari pemerintah untuk tidak terjadinya peperangan yang lebih besar.

Pembahasan pertama pada tahapan krisis. Tahapan krisis yang dikemukakan oleh Rhenald Kasali (2008: 227-229)

dapat dikatakan seperti arus kehidupan yang siklusnya selalu berputar di mana peneliti menemukan hal yang sama pada fakta di tempat. Tahap krisis selalu dimulai dengan adanya tanda-tanda permasalahan hingga tahap penyelesaian. Ketika sebuah perusahaan memasuki krisis diharuskan sebuah perusahaan untuk selalu berhati-hati akan setiap tindakan yang diambil untuk meminimalkan munculnya resiko kerugian selanjutnya.

Tahapan krisis melalui hasil wawancara yang dilakukan peneliti, salah satu pihak Hotel Novita menuturkan bahwa krisis ini muncul tanpa adanya tanda-tanda sebelumnya. Setelah diteliti lebih lanjut oleh peneliti, maka peneliti menemukan bahwasannya tanda-tanda akan adanya krisis sudah ada dari dahulu mengenai adanya ketidakpuasan karyawan mengenai keterlambatan pihak hotel memberikan upah gaji. Terlihat disini bahwasannya adanya tanda-tanda terjadinya krisis sehingga peneliti memasukkan krisis ini sebagai krisis baru muncul yang sejalan dengan penjelasan konseptual bahwa krisis baru muncul dapat dilakukannya penelitian dan perencanaan terlebih dahulu. Namun, hasil observasi peneliti menyebutkan bahwasannya pihak Hotel Novita tidak memperhatikan adanya tanda-tanda krisis muncul sehingga krisis ini meledak karena tidak ditanggapi sebelumnya.

Ketika krisis telah muncul ke permukaan biasanya perusahaan akan selalu dicecar dari berbagai pihak. Untuk itu penting sekali untuk perusahaan memikirkan tindakan selanjutnya. Tindakan selanjutnya akan sangat berdampak dengan kerugian/keuntungan apa yang akan muncul. Dari hasil penelitian wawancara dan observasi peneliti, peneliti mendapatkan bahwa Hotel Novita tidak

melakukan apapun untuk menyelamatkan perusahaannya. Hal ini peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya pada fase ini pihak Hotel Novita 'diam di tempat' untuk memikirkan langkah selanjutnya untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi.

Lanjut tahapan krisis setelah krisis mulai mereda dimana krisis masih meninggalkan sisa-sisa masalah yang segera diselesaikan. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dan observasi yang menyatakan bahwa setelah tertangkapnya tersangka pelaku penistaan agama, hotel memulai kembali operasionalnya namun kasus secara prosedur hukum terus dijalankan seperti pemanggilan saksi-saksi yang merupakan karyawan kantor sehingga kinerja karyawan terkait di hotel terganggu dikarenakan harus menghadiri sidang gelar perkara secara prosedur hukum. Selain itu, mereka juga melakukan upacara adat di lembaga adat dengan memotong kerbau dengan perihal untuk menyucikan kembali Jambi yang sudah tercoreng.

Terakhir dari tahapan krisis, dijelaskan bahwa manajemen perusahaan harus berusaha keras untuk memulihkan kekuatan agar kembali seperti semula dan dapat melanjutkan aktivitas dengan normal dan lancar yang dapat disebut sebagai tahap penyembuhan. Tahap penyembuhan berdasarkan hasil observasi dan wawancara menyatakan bahwa hotel melakukan recovery berupa komunikasi antara pihak hotel dengan kolega, masyarakat/ormas, serta pemerintahan baik melalui media massa maupun media internet. Dalam menanggulangi krisis, manajemen hotel dapat melaksanakan beberapa hal yaitu perencanaan, penanggulangan, dan penyelesaian. Setiap perusahaan harus mempunyai perencanaan yang baik untuk menangani

krisis.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa perencanaan dari Hotel Novita dalam menghadapi krisis belum ada dikarenakan ini merupakan kali pertama krisis yang dialami oleh Hotel Novita sehingga pihak tersebut tidak dapat melakukan perencanaan. Hasil observasi mengatakan bahwa melakukan perencanaan ketika krisis tersebut telah ada malah diharuskan untuk selalu siap sedia perencanaan walaupun ada atau tidaknya krisis. Upaya penanggulangan krisis dapat dibuat sebagai mengidentifikasi dan menganalisa peluang dan ancaman yang terjadi di dunia bisnis, menahan krisis agar tidak lebih membuat dampak buruk menjadi lebih besar, dan adanya tindakan penghentian terhadap krisis tersebut. Sesuai dengan hasil penelitian bahwa Hotel Novita mengidentifikasi ancaman tersebut setelah krisis tersebut muncul hal ini ditandai dengan salah satu wawancara informan yang menyatakan bahwa pihak hotel tidak mengetahui adanya krisis tersebut sebelumnya. Selain itu, Hotel Novita melakukan tindakan agar dampak dari krisis tidak besar dengan membuat konferensi pers untuk memberikan pernyataan maaf dan melakukan cuci adat dengan memotong kerbau di lembaga adat yang dapat mengembalikan kembali citra Hotel Novita.

Sesegera mungkin untuk menyelesaikan krisis dikarenakan semakin lama krisis dibiarkan akan membuat dampak yang buruk terus-menerus terjadi. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa krisis ini terselesaikan dengan ditemukannya oknum pelaku yang sudah dijatuhkan vonis hukuman 18 bulan penjara dan Hotel Novita mulai membangun kembali citranya dengan kolega serta mengandalkan marketing dengan 15

travel agen online untuk mendapatkan kembali pangsa pasarnya. Hal ini sejalan dengan yang dinyatakan oleh Nova (2011: 128) bahwasannya ada beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh manajemen dalam menanggulangi krisis seperti dengan membuat perencanaan pra krisis, upaya penanggulangan krisis yang terdiri dari peramalan krisis; pencegahan krisis; dan intervensi krisis, diakhiri dengan penyelesaian krisis di mana manajemen diharuskan untuk memiliki rencana manajemen krisis untuk dapat mencegah adanya krisis datang kembali.

2. Komunikasi Krisis Hotel Novita

Komunikasi krisis pada sebuah perusahaan harus dituntut selalu ada kehadirannya. Dalam menghadapi krisis tentunya dibutuhkan strategi komunikasi krisis yang baik agar tercipta komunikasi efektif dengan melakukan beberapa hal yaitu adanya tim komunikasi yang melakukan kontak dengan media massa salah satunya dengan mengadakan konferensi pers secara berkala di mana dalam konferensi pers tersebut dalam penyampaian pesan hanya berasal dari Hotel Novita dan pihak-pihak terkait yang kredibel.

Dari hadirnya tim komunikasi dapat membuat perusahaan lebih terstruktur dalam mengatasi krisis. Tim komunikasi bertugas untuk mencari tahu, menelaah, serta mencari solusi untuk krisis yang dihadapi. Hal ini disesuaikan dengan hasil wawancara bahwa pentingnya sebuah perusahaan memiliki tim komunikasi untuk menciptakan perencanaan yang lebih baik. Tim komunikasi berfungsi dalam menghubungi media massa. Dikarenakan media massa sangat fungsional pada saat adanya krisis bisa menjadi media atau alur komunikasi

dari perusahaan menuju masyarakat. Hal ini dibenarkan melalui hasil wawancara penelitian yaitu bahwasannya media massa berfungsi untuk menjadi media/alur dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Menghubungi media massa dengan mengundang dalam sebuah konferensi sangat berguna. Konferensi pers digelar secara berkala bertujuan untuk memberikan perkembangan informasi baik itu berupa klarifikasi maupun sekedar ucapan permintaan maaf dari perusahaan kepada pihak-pihak yang dirugikan dalam hal krisis ini. Ditegaskan pada hasil wawancara bahwasannya pihak hotel melakukan tindakan gap komunikasi dalam hal ini “one gate communication” dalam memberi informasi ke media massa untuk menjaga objektifitas dan orisinalitas informasi yang akan disampaikan. Sesuai hasil wawancara yang mengatakan bahwa pihak Hotel Novita mengadakan konferensi pers dengan tujuan transparansi informasi kepada media. Peneliti menyimpulkan pihak Hotel Novita menggunakan “one gate communication” dalam hal bagaimana perusahaan menginformasikan berbagai cerita yang datang mulai dari kronologi kejadian yang dibenarkan oleh pihak kepolisian. Hal ini sejalan dengan landasan konseptual dari Kriyantono (2015:246) yang menyatakan bahwa ada beberapa strategi komunikasi krisis yang dapat diterapkan public relations yaitu adanya tim komunikasi, kontak media massa, konferensi pers berkala, dan satu suara yang di mana strategi yang telah disebutkan diatas telah dilaksanakan oleh public relation Hotel Novita sehingga komunikasi krisis perusahaannya berjalan lancar.

3. Peranan Public Relations

Peran public relations terlihat sebagai

proses pemecahan masalah. Proses yang dikatakan disini bahwa pandangan public relations dalam melihat krisis sangat diperlukan sebagai panduan untuk mengambil tindakan selanjutnya oleh *top management*. Dikarenakan pandangan public relations dalam mengelola krisis ini tidak hanya menggunakan intuisi belaka namun berdasarkan riset dan dasar pertimbangan dari public relations, maka diharuskan posisi public relations harus selalu mempunyai jalur lebih dekat menuju *top management*. Jalur yang lebih dekat menuju *top management* dapat memudahkan untuk memberikan solusi dari *public relations* berdasarkan riset dan dasar pertimbangan lainnya, disinilah peran public relations sebagai fasilitator pemecahan masalah. Selain itu, adanya juru bicara dapat memudahkan pemahaman inti dari pembicaraan.. Aktivitas public relation disaat krisis bisa dilakukan oleh siapa saja yang bisa diandalkan dan memiliki kredibilitas di dalam manajemen. Peran *public relations* dalam mengelola krisis Hotel Novita terkait isu penistaan agama tampak jelas pada divisi *public relations* Hotel Novita yang selalu hadir dalam konferensi pers serta mendampingi General Manager (GM) pada saat memberikan pernyataan secara resmi yang dibuktikan melalui observasi. Adanya pengambilalihan peran *public relations* oleh General Manager (GM) Hotel Novita pada saat krisis sebagai sumber yang kredibel dapat dijadikan problem solving di dalam manajemen dikarenakan *top management* langsung turun dalam menghadapi isu tersebut.

Public relations tidak hanya bekerja untuk eksternal perusahaan saja melainkan juga internal perusahaan. Bentuk dari kinerja *public relations* Hotel Novita adalah membuka jalur komunikasi

antara karyawan dan atasan terkait kritik dan saran serta menjadikan pelayanan jasa menjadi lebih baik dari sebelumnya. Peranan *public relations* untuk eskternal perusahaan lebih mengedepankan strategi marketing berupa promosi dikosn awal tahun serta pembuatan kontrak kerja sama.

Kesimpulan

Manajemen krisis *public relations* Hotel Novita terkait isu penistaan agama dalam penelitian ini, kesimpulannya yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kronologi kejadian terjadinya isu penistaan agama yang menimpa Hotel Novita dimulai pada 23 Desember 2016 diawali dengan pemberhentian sementara operasional hotel untuk mempercepat proses penyidikan dan penyelidikan terkait kasus tersebut. Krisis yang menimpa Hotel Novita berupa adanya laporan dugaan penistaan agama yang dilakukan oleh Hotel Novita yang beredar di media sosial berupa gambar ornament Natal yang mempunyai lafadz Allah dibawahnya yang letaknya di lobi hotel. Pemberhentian sementara operasional hotel dimulai dari malam itu hingga 17 Januari 2017 hotel kembali mulai dibuka kembali seperti biasa. Segala proses hukum berakhir pada 17 Mei 2017 dengan dijatuhkan hukuman kepada oknum pelaku atas perbuatannya. Krisis yang dialami oleh Hotel Novita memiliki beberapa tahapan yaitu pedromal, akut, kronik, dan resolusi di mana tanda-tanda krisis sudah muncul namun diabaikan yaitu adanya ketidakpuasan karyawan honorer

dalam keterlambatan pemberian upah gaji. Upaya penanggulangan krisis Hotel Novita diwujudkan dalam bentuk adanya tim komunikasi yang bertugas mencari informasi data melalui riset tentang apa yang sebenarnya terjadi dan disebarluaskan informasinya melalui media massa dengan konferensi pers selain untuk menyampaikan permintaan maaf juga memberikan informasi seputar perkembangan kasus tersebut di pihak kepolisian. Segala bentuk informasi mengenai kasus tersebut hanya pihak manajemen Hotel Novita serta pihak-pihak terkait yang berhak memberikan informasi dalam bentuk “one gate communication” untuk menjaga orisinalitas serta objektifitas informasi tersebut.

2. Peran *public relations* Hotel Novita terlihat sebagai proses pemecahan masalah. Proses yang dikatakan disini bahwa pandangan *public relations* dalam melihat krisis sangat diperlukan sebagai panduan untuk mengambil tindakan selanjutnya oleh *top management*. Dikarenakan pandangan *public relations* dalam mengelola krisis ini tidak hanya menggunakan intuisi belaka namun berdasarkan riset dan dasar pertimbangan dari *public relations*, maka diharuskan posisi *public relations* harus selalu mempunyai jalur lebih dekat menuju *top management*. Adanya mediator dapat memudahkan pemahaman inti dari pembicaraan. Peran *public relations* dalam mengelola krisis Hotel Novita terkait isu penistaan agama tampak jelas pada divisi *public relations* Hotel Novita yang selalu hadir dalam konferensi pers serta mendampingi General Manager (GM) pada saat memberikan pernyataan secara resmi

yang dibuktikan melalui observasi. Peran *public relations* Hotel Novita diwujudkan dengan memperbaiki komunikasi antar karyawan dan atasan serta kinerja manajemen hotel tersebut. Untuk eksternal perusahaan sendiri dapat diwujudkan dengan adanya bentuk mediasi, konferensi pers, dan cuci adat yang disarankan oleh pemerintah. Mediasi yang dilakukan bertujuan untuk mempertemukan beberapa pihak untuk membahas terkait isu tersebut dan konferensi pers diadakan untuk mempublikasikan bahwa pihak Hotel Novita meminta maaf dan mendukung semua prosedur hukum Kegiatan sales promotion yang dilakukan Hi Jack Sandals adalah menggunakan kupon potongan harga. Hi Jack Sandals mengadakan potongan harga saat hari besar/libur nasional, saat event, atau momen tertentu Hi Jack Sandals. Atau saat ada produk yang discontinued. Pengaplikasian kupon potongan harga sendiri diaplikasikan di website Hi Jack Sandals. Tujuan Hi Jack Sandals menggunakan kegiatan sales promotion adalah untuk lead customer untuk melakukan pembelian produk Hi Jack Sandals. Kegiatan public relation yang dilakukan Hi Jack Sandals diantaranya adalah kolaborasi, event, campaign #livingsociety dan gift. Secara keseluruhan, kegiatan public relation yang dilakukan Hi Jack Sandals bertujuan untuk membuat hubungan baik dengan customer Hi Jack Sandals, menimbulkan kesan intimate dengan customer, dan menumbuhkan kesan positif untuk Hi Jack Sandals. Kegiatan personal selling yang dilakukan Hi Jack Sandals adalah melalui offline store Hi Jack Sandals di Jl. Dahlia, Bandung. Dalam kegiatan personal sellingnya

pesan yang pasti disampaikan kepada customer yang datang adalah product knowledge, cara pemakaian, cara perawatan, dan karyawan Hi Jack Sandals akan memberikan option terbaik untuk customer. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar customer lebih paham cara menggunakan produk Hi Jack Sandals pada beberapa model dan mengerti cara merawat produk Hi Jack Sandals. Selain itu tujuan adanya kegiatan personal selling Hi Jack Sandals adalah sebagai sarana

hard selling Hi Jack Sandals. Alasan Hi Jack Sandals menggunakan seluruh kegiatan yang telah disebutkan adalah karena dianggap lebih sesuai dengan target Hi Jack Sandals. Dan secara keseluruhan kegiatan promosi yang dilakukan Hi Jack Sandals bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk Hi Jack Sandals, mengenalkan Hi Jack Sandals kepada masyarakat dan mampu menimbulkan engage yang kuat dengan *customer*.

Daftar Pustaka

- Afdhal, Ahmad Fuad. Tips & Trik PR. Jakarta: Grasindo. 2004
- Kasali, Rhenald. Manajemen Public Relations. Jakarta: Grafiti. 2003
- Kasali, Rhenald. Manajemen Public Relations. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2008
- Kriyantono, Rachmat. Public Relations, Issue & Crisis Management. Jakarta: Kencana. 2015
- Moleong, j, Lexy. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2006
- Moleong, j, Lexy. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2007
- Morissan. Pengantar Public Relations – Strategi Menjadi Humas Profesional. Tangerang: Penerbit Ramdina Prakasa. 2006
- Yulianita, Neny. Dasar-dasar Public Relations. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas. 2005
- Jurnal :
- Coombs, W Timmothy. Ongoing Crisis Communication, USA : SAGE PUBLICATION. 2014. h.18. 2007
- Coombs, W Timmothy dan Holladay, SJ. The Handbook of Crisis Communication. SAGE PUBLICATIONS. h.60. 2010
- Cresswell, John W. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE PUBLICATION. h.32. 2009
- Nova, Firsan. Crisis Public Relations, Strategi PR menghadapi krisis, mengelola isu, membangun citra, dan reputasi perusahaan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2011
- Patton, Michael Quinn. Qualitative Research and Evaluation Methods. USA: Sage Publication Inc. 2002
- Ruslan, Rosady. Manajemen Humas & Manajemen Komunikasi : Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali Pers. 2001
- Website Terkait :
- <https://www.bps.go.id/statictable/2015/08/20/1795/tingkat-penghunian-kamar-pada-hotel-bintang-menurut-provinsi-tahun-2004-2016-persen-.html> (diakses pada 28 Desember 2017, 22.00 WIB)
- <https://kemenag.go.id/file/dokumen/UU1PNPS65.pdf> (diakses pada 27 Desember 2017 15.46 WIB)
- <http://www.republika.co.id/berita/nasional/hukum/16/12/24/>

oiowd9414-hotel-novita-jambi-ditutup-sementara (diakses pada 17 September 2017 15.46 WIB) <http://www.republika.co.id/berita/nasional/hukum/16/12/24/oiowd9414-hotel-novita-jambi-ditutup-sementara> (diakses pada 6 September 2017 pukul 13.00 WIB) <https://news.detik.com/berita/d-3388543/kasus-pohon-natal-berlafaz-allah-karyawan-hotel-jadi-tersangka> (Diakses pada 26 Desember 2017, pukul 23.00 WIB)

Surat Kabar :

Manajemen Hotel Meminta Maaf. (27 Desember 2016). Tribun Jambi. Bertempat di rumah dinas Walikota. Long March ke Novita. 29 Desember 2016. Tribun Jambi. Kelompok masyarakat yang menamai dirinya Aliansi Umat Islam (AUI).

Dokumen Pemerintah Online :

Departemen Agama. 1965. Penetapan Presiden Republik Indonesia tentang Pencegahan Penyalahgunaan dan/atau Penodaan Agama. Indonesia. 27 Desember 2017. <https://kemenag.go.id/file/dokumen/UU1PNPS65.pdf>