



Strategi Manajemen Krisis dalam Kampanye Politik: Studi Kasus Pilkada Kota Pemalang Berdasarkan Teori SCCT

Imam Budianto ^{1,*}), Dr., Dra. Marlinda Irwanti Poernomo, SE, M.Si,²⁾

¹²Magister Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Jakarta

^{*}E-mail korespondensi: imambudianto5@gmail.com / marlinda1610@gmail.com

Abstract (English)

This study examines the application of the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) in analyzing the crises faced by mayoral candidates in the Pemalang City election. The research aims to identify crisis types, appropriate communication strategies, and public perceptions of the candidates' responses. The SCCT framework categorizes crises as stemming from individual misconduct, leadership challenges, or lack of credibility. Results indicate tailored crisis responses are essential to mitigate negative public perception and rebuild trust. The study contributes to political crisis management literature, offering practical insights for candidates navigating public relations challenges.

Article History

Submitted: 21 Januari 2025

Accepted: 26 Januari 2025

Published: 27 Januari 2025

Key Words

crisis management, situational theory, Pemalang election, SCCT, political communication and reputation, image restoration, crisis communication strategy, Systematic Literature Review (SLR).

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Pemalang merupakan momen strategis dalam menentukan arah pembangunan daerah. Pilkada ini menjadi wadah bagi masyarakat untuk memilih pemimpin yang dipercaya dapat membawa perubahan positif. Namun, proses ini seringkali dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk krisis yang melibatkan pasangan calon (paslon). Krisis ini dapat berupa isu reputasi, kepemimpinan, atau kepercayaan publik, yang semuanya memiliki dampak signifikan terhadap tingkat elektabilitas paslon.

Strategi manajemen krisis yang efektif sangat penting untuk menghadapi tantangan tersebut. Teori Manajemen Krisis Situasional (Situational Crisis Communication Theory/SCCT), yang diperkenalkan oleh W. Timothy Coombs, menawarkan kerangka kerja yang relevan untuk menganalisis dan menangani krisis secara sistematis. SCCT berfokus pada penilaian jenis krisis, perancangan strategi komunikasi yang sesuai, serta evaluasi dampaknya terhadap persepsi publik. Dengan pendekatan ini, para paslon dapat merancang respons yang mampu meredakan ketegangan dan membangun kembali kepercayaan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan krisis yang dihadapi oleh tiga paslon wali kota Pemalang berdasarkan pendekatan SCCT. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan praktis mengenai penerapan teori ini dalam konteks politik lokal, sehingga dapat menjadi pedoman bagi paslon dalam menghadapi krisis serupa di masa depan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Manajemen Krisis Situasional (SCCT) mengidentifikasi tiga elemen kunci dalam manajemen krisis:

1. Penilaian Krisis: Menentukan jenis krisis berdasarkan sumbernya, apakah internal atau eksternal.



2. Strategi Komunikasi: Merancang tanggapan yang sesuai dengan jenis krisis untuk mengurangi dampak negatif.
3. Persepsi Publik: Memahami bagaimana masyarakat merespons tindakan yang diambil oleh organisasi atau individu terkait krisis.

Menurut Coombs (2007), SCCT menawarkan berbagai strategi komunikasi mulai dari menyangkal tanggung jawab, mengambil tanggung jawab, hingga memperbaiki hubungan. Strategi ini disesuaikan dengan tingkat ancaman terhadap reputasi.

Dalam konteks politik, penelitian telah menunjukkan pentingnya kepercayaan publik dan komunikasi transparan untuk membangun kredibilitas. Misalnya, studi oleh Shima et al. (2015) menekankan peran komunikasi yang cepat dan relevan dalam membentuk persepsi positif di tengah krisis.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis fenomena krisis dalam Pilkada Kota Pemalang. Data dikumpulkan melalui:

1. Analisis Konten: Kajian terhadap materi kampanye, media sosial, dan pemberitaan media massa.
2. Wawancara: Dialog mendalam dengan pakar komunikasi, tim kampanye, dan masyarakat Pemalang.
3. Observasi: Pengamatan langsung terhadap dinamika kampanye dan respons publik.

Langkah-langkah penelitian meliputi:

1. Identifikasi jenis krisis berdasarkan klasifikasi SCCT.
2. Analisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh paslon.
3. Evaluasi persepsi publik terhadap respons krisis yang dilakukan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, analisis dilakukan menggunakan pendekatan Teori Manajemen Krisis Situasional (SCCT) yang telah dijelaskan sebelumnya. Teori ini berperan sebagai kerangka kerja untuk mengidentifikasi jenis krisis, strategi komunikasi yang sesuai, serta dampaknya terhadap persepsi publik. Berdasarkan SCCT, setiap krisis membutuhkan penanganan yang berbeda sesuai dengan tingkat ancaman terhadap reputasi dan tingkat tanggung jawab yang dirasakan oleh publik.

1. Vicky Prasetyo dan Mochamad Suwendi
 - a) Jenis Krisis: Krisis citra akibat kontroversi pribadi Vicky Prasetyo, yang dikategorikan sebagai "crisis by wrongdoing."
 - b) Strategi Komunikasi: Mengakui kesalahan masa lalu dan menunjukkan perubahan positif melalui kebijakan konkret.
 - c) Persepsi Publik: Meskipun citra awal negatif, kampanye berbasis visi dan bukti konkret dapat memperbaiki persepsi masyarakat.
2. Mansur Hidayat dan Muhammad Bobby Dewantara
 - a) Jenis Krisis: Krisis kepemimpinan terkait anggapan melanjutkan kebijakan lama tanpa inovasi.
 - b) Strategi Komunikasi: Menekankan visi baru dan menawarkan kebijakan inovatif yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
 - c) Persepsi Publik: Dukungan dapat diperkuat melalui penekanan pada kredibilitas dan integritas pasangan calon.
3. Anom Widiyantoro dan Nurkholes
 - a) Jenis Krisis: Krisis ketidakpercayaan akibat minimnya rekam jejak politik.
 - b) Strategi Komunikasi: Komunikasi terbuka dan kolaborasi dengan tokoh masyarakat untuk meningkatkan kredibilitas.



- c) Persepsi Publik: Publik cenderung merespons positif jika calon menunjukkan komitmen terhadap perubahan dan pembangunan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan SCCT membantu pasangan calon dalam mengelola krisis secara efektif. Respons komunikasi yang tepat mampu memitigasi dampak negatif krisis dan membangun kepercayaan publik. Dalam konteks Pilkada Pemalang, masing-masing paslon memiliki tantangan unik yang memerlukan strategi khusus.

Studi ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan krisis politik, khususnya di tingkat lokal. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi efektivitas strategi komunikasi krisis dalam konteks budaya dan wilayah yang berbeda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sahid Jakarta atas dukungan dan fasilitas selama penelitian ini berlangsung. Penghargaan juga diberikan kepada masyarakat Pemalang yang telah berkontribusi memberikan wawasan dan informasi berharga. Terima kasih juga disampaikan kepada para pakar politik lokal atas masukan dan panduan yang sangat membantu dalam proses penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Journal Articles:

Shima, H., Kyung Han Youb, Jeong Kyu Leec, & Eun Go. (2015). *Why do people access news with mobile devices? Exploring the role of suitability perception and motives on mobile news use. Telematics and Informatics*, 32(1), 108-117.

Books:

Staubhaar, J., & LaRose, R. (2002). *Media Now: Communications Media in the Information Age*. London: Wadsworth.

Part of Book:

Boyd-Barrett, O., & Rantanen, T. (2002). *Theorizing the news agencies*, in Dennis McQuail (ed). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: SAGE.

Conference Papers:

Dahlan, M.D., & Tirtosudiro. (2010). A Quality System Based on ISO 9000 Combined with QFD. *Proceedings: World Innovation & Strategy Conference 1998 Incorporating 4th International Symposium on Quality Function Deployment*, 2-5 August, Sydney Australia. 1-8.

Internet:

The Bulgarian News Agency (BTA). (n.d.). *Fragmenting Markets, Evolving Technologies among Challenges for News Agencies, EANA Conference Reveals*. Retrieved from <http://www.bta.bg/en/c/DF/id/1064325>.