

MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS ISMAYA GROUP DALAM MENGHADAPI PROTES TERHADAP DJAKARTA WAREHOUSE PROJECT TAHUN 2017-2019

ABSTRAK

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan dasar yang sangat diperlukan dalam seluruh kegiatan di perusahaan, baik secara internal maupun eksternal. Pengelolaan komunikasi antara organisasi dengan publiknya dalam suatu perusahaan merupakan salah satu tugas utama seorang *Public Relations* (PR) dalam menentukan arah keberlangsungan perusahaan. Salah satu hal yang memerlukan manajemen dalam berkomunikasi adalah ketika suatu perusahaan mengalami krisis. Komunikasi krisis dialami oleh Ismaya Group yang terjadi pada publik eksternal, yaitu munculnya pro dan kontra di masyarakat terhadap berlangsungnya acara musik Djakarta Warehouse Project (DWP). Protes besar mulai terjadi pada tahun 2017 hingga tahun 2019, karena adanya sekelompok masyarakat yang beranggapan bahwa acara musik yang mendatangkan musisi internasional ini kental dengan kebudayaan barat dan bertentangan dengan budaya Indonesia. Penelitian ini menekankan pada manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi krisis. Sehingga, rumusan masalahnya adalah bagaimana manajemen komunikasi krisis yang dilakukan Ismaya Group dalam mengatasi protes yang terjadi terhadap Djakarta Warehouse Project (DWP) pada Tahun 2017 – 2019. Dengan menggunakan sudut pandang teori *public relations* dalam melakukan manajemen komunikasi krisis, tahapan manajemen komunikasi krisis, dan strategi manajemen komunikasi krisis dalam organisasi untuk mengetahui keberhasilan dan keefektifan manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh Ismaya Group. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus yang hasilnya disajikan secara deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ismaya Group tidak memiliki perencanaan manajemen komunikasi krisis, sehingga krisis direspon secara situasional yang mengakibatkan penanganan krisis ditangani secara tidak maksimal, tidak terarah, dan tidak berhasil melakukan pemulihan (*recovery*) krisis. Upaya pengelolaan informasi dilakukan secara kurang maksimal sehingga menjadi tidak efektif. Hubungan dengan publik dalam pelaksanaan DWP dapat dilakukan dengan baik, akan tetapi kurang baik dalam memanfaatkan media dalam menanggapi krisis, akibatnya tidak timbul rasa kepercayaan sepenuhnya dari publik. Sehingga diperlukan beberapa upaya untuk mengatasi hal tersebut dengan membuat perencanaan manajemen komunikasi krisis dan membentuk tim komunikasi krisis secara khusus, melakukan upaya pemulihan krisis dengan memberikan klarifikasi langsung kepada publik, mengakui kelalaian yang telah dilakukan, menyampaikan bahwa hal tersebut bukan sepenuhnya kesalahan perusahaan, melakukan evaluasi, serta menjalin hubungan baik dengan publik agar terjalin kepercayaan dan menjaga citra acara dan juga perusahaan.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Manajemen Komunikasi Krisis, Strategi Manajemen Komunikasi Krisis, *Public Relations*

CRISIS COMMUNICATION MANAGEMENT OF ISMAYA GROUP IN FACING PROTESTS TO DJAKARTA WAREHOUSE PROJECT 2017 – 2019

ABSTRACT

Communication is one of the indispensable basic needs in all activities in the company, either internal or external. Management of communication between the organization and the public in the company is one of the main tasks of a Public Relations (PR) in determining the direction of the company's sustainability. One thing that management needs in communication is when the company experiencing a crisis. The crisis communication experienced by the Ismaya Group occurs in the external public, that was emergence pros and cons in the community during Djakarta Warehouse Project (DWP) music festival. Major protests began in 2017 to 2019, because there are so many groups of people who think that the music festival that brings in international musicians is thick with western culture and contrary to Indonesian Cultures. This research emphasizes on communication crisis management carried out by the company in facing crisis. So that, formulation of the problem is how the crisis communication management carried out by the Ismaya Group in facing protests to Djakarta Warehouse Project (DWP) in 2017 – 2019. By using the point of view of public relations theory in crisis communication management, stages of the crisis communication management, and strategy of crisis communication management in the organization to determine the success and effectiveness of crisis communication management carried out by Ismaya Group. This research uses a case study research method where the results are presented descriptively. The results of this research showed that Ismaya Group didn't have a plan of the crisis communication management, so that crisis responded situationally that make management crisis is not carried out optimally, undirected, and failed to recovery the crisis. The efforts to managing the information are not carried out optimally so that make not effective. Relations with the public in the implementation of DWP are carried out well, however they are not good at using the media in dealing with crisis, as a result there is no complete sense of trust from the public. So it takes some efforts to overcome this by making a plan of crisis communication management and forming the crisis communication team specifically, undertake crisis recovery efforts by providing direct clarification to the public, admit negligence that has been done, convey that it is not entirely the company's fault, do an evaluation, and maintain good relations with the public in order to build trust and maintain the image of the event and the company

Keywords: *Crisis Communication, Crisis Communication Management, Crisis Communication Management Strategy, Public Relations*