

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Awal tahun 2020 merupakan awal yang cukup menggemparkan seluruh dunia, pasalnya diawal tahun terjadi bencana nasional yakni adanya virus baru yang merebak diseluruh dunia yaitu Coronavirus Disease 2019 atau yang biasa disebut dengan (COVID-19). Corona merupakan penyakit yang dapat menular dan masih keluarga besar dari penyakit MERS serta SARS, penyakit tersebut dapat menyebabkan penyakit ringan hingga penyakit berat, mulai dari pilek hingga penyakit serius dapat menyebabkan kematian. WHO menyebutkan bahwa covid-19 dapat menular melalui seseorang yang telah terinfeksi covid, virus ini dapat menyebar ketika orang yang terinfeksi, disaat batuk ataupun bersin, dan droplet tersebut menyentuh benda-benda yang dapat disentuh oleh orang lain yang sehat. Apabila tangan orang yang terinfeksi covid terkena droplet, kemudian menyentuh hidung, mata dan mulut maka orang yang sebelumnya sehat akan terpapar covid-19. Coronavirus memiliki sifat zoonotik yakni penyakit yang ada pada hewan yang dapat menyebar ke manusia. Virus ini pertama kali muncul pada akhir tahun 2019 di negara China lebih tepatnya di daerah Wuhan, Tiongkok. Hingga saat ini dapat dipastikan kurang lebih ada 65 negara yang terjangkit penyakit covid-19 salah satunya negara Indonesia. (Alex, 2020)

Pandemi covid-19 yang terjadi sejak maret 2020 di Indonesia telah banyak meresahkan masyarakat baik dalam sektor sosial maupun dalam sektor perekonomian. Sektor bisnis seperti pariwisata, dan manufaktur. Bisnis merupakan sektor yang memiliki dampak paling besar saat pandemi ini, biaya operasional perusahaan yang terus berjalan mengakibatkan banyak

perusahaan di Indonesia yang mulai menutup bisnisnya dikarenakan tidak sanggup membayar disaat pandemi. Adapun perusahaan yang tetap bertahan namun berdampak pada permasalahan sosial seperti Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) ataupun merumahkan pekerja untuk sementara waktu, hal ini juga mulai marak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain dipertengahan tahun 2020, dimana kasus pandemi covid-19 semakin meningkat. Pada masa pandemi covid pertumbuhan perekonomian khususnya di negara Indonesia semakin melemah, akibatnya nilai tukar rupiah juga semakin menurun. Berdasarkan data yang ditemukan, pada bulan april 2020 terdapat tenaga kerja yang mulai banyak di PHK. Total Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) kurang lebih mencapai 1,65 juta yang ada di Indonesia. Beberapa perusahaan yang melakukan PHK terhadap tenaga kerjanya adalah upaya untuk mengurangi beban perusahaan yakni pada biaya operasional perusahaan. Pembatasan aktivitas sosial menjadi penyebab utama perusahaan harus memutuskan hubungan kerja dengan karyawannya, selain itu pemerintah Indonesia juga mulai memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengharuskan masyarakat tidak keluar rumah, berkerumun, ataupun aktivitas sosial lainnya. Pemerintah juga membuat kebijakan seperti Work From Home (WFH), dan School From Home. Hal tersebut sebagai upaya pencegahan mewabahnya covid-19 di masyarakat, ini yang membuat pendapatan perusahaan juga semakin menurun dan mengharuskan perusahaan untuk segera mengubah strategi agar bisnis dapat terus bertahan di tengah pandemi. (Putri & Setianingrum, 2020)

Sampai saat ini ditemukan jumlah total pasien covid-19 di Indonesia berjumlah kurang lebih 557.877 kasus, sebanyak 462.553 dinyatakan sembuh dan 17.355 meninggal dunia. Data yang dituliskan adalah data yang diperoleh dari website Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Indonesia serta Satuan Tugas Penanganan Covid-19. Virus ini telah bnyak memakan

korban, banyak dari pejabat negara yang telah terjangkit virus tersebut seperti guru, pedagang, supir, serta profesi lain, bahkan orang yang tidak berprofesipun banyak yang terpapar covid-19. Profesi lain yang juga banyak memakan korban terpaparnya virus corona yakni tenaga medis serta pegawai perusahaan dibidang media, kedua profesi tersebut sangat rentan terpapar virus, dimana setiap hari mereka harus bertemu dengan orang lain ataupun orang baru yang mereka juga tidak mengetahui apakah orang tersebut sehat atau tidak. Profesi dibidang media mengharuskan pekerjaanya mengupdate berita-berita terkkini. Ditambah lagi dengan adanya musibah yang melanda dunia, media harus tetap sigap dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Pada era globalisasi seperti sekarang, kebutuhan informasi semakin banyak dicari oleh masyarakat. Media komunikasi saat ini juga telah mengalami kemajuan, teknologi yang di gunakan semakin modern, ini memungkinkan seluruh lapisan masyarakat bisa saling berinteraksi dengan mudah, juga dalam mendapatkan informasi akan lebih efektif. Hal ini dikarenakan adanya sarana penyampaian pesan yang dapat digunakan. Ditengah pandemi seperti sekarang, salah satu perusahaan yang harus tetap bertahan adalah perusahaan dibidang media, salah satunya yaitu radio. Radio sendiri merupakan media yang memiliki jangkauan selektif pada segmen tertentu, dalam penyampaian informasinyaupun cukup efektif. Dalam perkembangannya, radio merupakan media komunikasi yang sudah cukup lama berdiri. Saat ini radio bukan hanya sebagai media hiburan baginmasyarakat, namun juga dituntut untuk bisa menjadi media yang memberikan motivasi bagi masyarakat, juga sebagai lembaga sosial. Radio juga memiliki daya tarik yang melekat yakni kata-kata lisan, musik, dan efek suara. Karena jika radio hanya berisikan musik tanpa adanya dukungan efek suara, radio tidak akan menjadi hidup atau tidak memiliki ciri khas yang

menonjol di masyarakat. Radio juga memiliki keunggulan dibanding dengan media lain seperti koran atau surat kabar, televisi, maupun internet, yakni kemudahan yang dapat dinikmati dengan tetap melakukan aktivitas. Dengan mendengarkan radio, pendengar bisa tetap menikmati tanpa harus menghambat aktivitas lain. Radio juga dapat didengar dimanapun, misalnya saat mengemudi, memasak, mandi, belajar, berkumpul, dan aktivitas lainnya. (Syam, 2017)

Suara Surabaya FM merupakan radio swasta yang ada di Surabaya. (Anonim, 2008), nama Suara Surabaya sendiri ditujukan agar bisa menyuarakan suara masyarakat yang berada di Surabaya. Menurut laman yang berada di *suarasurabaya.net* menyatakan bahwa nama Suara Surabaya dibuat oleh direktur utama Suara Surabaya Soetejo Soekomihardjo serta direktur operasional Suara Surabaya yakni Errol Jonathans, keduanya merupakan pendiri sekaligus pencetus radio yang bertempat di Puncak Wonokriti Surabaya. Suara Surabaya sendiri didirikan dengan tujuan agar dapat berguna untuk kota Surabaya, dan stasiun radio tersebut didirikan memang khusus untuk kota Surabaya. Pemilihan nama Suara Surabaya memang mempunyai tujuan khusus, yakni agar isi dari siarannya tidak terlalu bermacam-macam serta tidak terlalu berbobot, dikarenakan nama radio tersebut mengambil dari nama kota yakni Surabaya. Pengakuan nama sebagai radionya kota Surabaya merupakan suatu pencapaian yang harus diperjuangkan oleh suara Surabaya. (Sampoerno, Herwandito, & Sari, 2018)

Radio yang telah diakui sebagai radionya kota Surabaya ini, selama perjalanannya menemukan berbagai macam hasil yang unik, yakni Suara Surabaya mendapat laporan dari masyarakat bahwa ada kejadian kehilangan serta pencurian di Kota Surabaya. Kejadian tersebut seperti tertangkapnya pencuri mobil di kawasan Surabaya, ditemukannya mobil yang hilang, dan lain-lain. Semua aduan laporan tersebut berasal dari masyarakat Kota

Surabaya. Laporan kejadian yang diperoleh seperti kehilangan serta pencurian akan di akomodir ke laman website Suara Surabaya yang berjudul “untung ada SS”. Dengan banyaknya laporan kejadian ini berarti nama radio Suara Surabaya memang sudah banyak di kenal oleh masyarakat. Selain berita yang disajikan melalui halaman web, radio Suara Surabaya juga memiliki media sosial salah satunya yakni instagram, dimana media sosialnya pun juga mengangkat isi tentang berita-berita. Selain itu Suara Surabaya juga telah banyak di dengar terutama bagi pengendara mobil. Dengan semakin di kenalnya radio Suara Surabaya di masyarakat, maka pihaknya harus selalu memberikan yang terbaik untuk publik, citra baik yang telah didapatkan juga menjadi fokus agar nama perusahaan tetap bersih. Namun tidak selamanya citra baik akan terus berpihak, di tengah situasi pandemi seperti sekarang fokus dari perusahaan juga harus lebih ekstra, selain memikirkan bagaimana perusahaan tetap bertahan, kesehatan dari setiap pegawainya juga tetap di perhatikan, justru hal tersebut merupakan fokus utama. Pihak Suara Surabaya sendiri telah menerapkan langkah antisipasi bagi karyawannya, seperti menerapkan jaga jarak di dalam kantor, wajib memakai masker, mencuci tangan, memakai handsanitizer, serta protokol kesehatan yang lainnya. Menurut CEO Suara Surabaya Errol Jonnathans, pihaknya telah memberikan imbauan untuk sistem kerja dari rumah atau WFH kepada pegawainya, hal tersebut juga telah dijalankan secara bergantian di unit-unit produksi yang memungkinkan. (Sampoerno, Herwandito , & Sari, 2018)

Namun bagaimanapun pihaknya telah berupaya menjalankan protokol kesehatan serta imbauan dari pemerintah, covid-19 masih bisa menular ke siapapun. Pada tanggal 8 september 2020 lalu sebanyak 18 pegawai Suara Surabaya media terkonfirmasi covid-19, hal tersebut dibenarkan oleh CEO Suara Surabaya Errol Jonnathans. Berdasarkan hasil dari pemeriksaan massal yang dilakukan oleh perusahaan dengan tes swab secara mandiri di temukan

18 pegawainya terkonfirmasi covid-19. Belasan pegawai yang terkonfirmasi covid-19 selanjutnya akan menjalani karantina atau masa isolasi yang bertempat di asrama haji Surabaya. Beberapa pegawai yang terkonfirmasi positif covid-19 merupakan divisi New Media, yakni yang menangani situs media online serta sosial media. Sedangkan untuk pegawai di divisi non produksi, news room, on air, serta reporter setelah mengikuti tes swab pada gelombang kedua sampai ke empat dinyatakan negatif covid-19 (CNN Indonesia.com, 19 september 2020). Dengan adanya temuan tersebut nama Suara Surabaya menjadi sorotan publik, perspektif masyarakat tentang covid-19 cukup beragam salah satu perspektif yang banyak di temui di masyarakat adalah bahwa covid merupakan virus berbahaya. Siapapun yang terkonfirmasi covid-19 dinilai orang yang berbahaya dan mengkhawatirkan bagi masyarakat.

Persepsi sendiri terbentuk dari suatu penglihatan yang ada di lingkungan kemudian membentuk suatu tanggapan yang berada di dalam individu, persepsi dari setiap individu bisa memunculkan persepsi yang berbeda atau beragam. Namun tidak jarang persepsi yang ditimbulkan cenderung sama tergantung apa yang ada didalam lingkungan atau apa yang sedang terjadi di lingkungan tersebut. Persepsi juga muncul saat seseorang mendapat informasi dari panca inderanya (Sumanto, 2014: 52), menurutnya persepsi ialah tanggapan penerimaan langsung yang berasal dari suatu serapan, serta proses seseorang dalam mengetahui hal-hal melalui panca indera yang dimilikinya. Persepsi merupakan proses dalam memahami atau pemberian makna terkait suatu informasi terhadap stimulus. Dalam kehidupan bermasyarakat, kita tidak mungkin lepas dari kata persepsi masyarakat, karena persepsi adalah suatu tanggapan atau respon langsung penerimaan dari seseorang. Persepsi juga disebut sebagai inti komunikasi, karena apabila persepsi kurang akurat maka tidak akan mungkin kita berkomunikasi secara

efektif. (Rakhmat, 2011: 50), persepsi ialah pengalaman dari obyek, peristiwa maupun hubungan yang di dapat dengan menyimpulkn seluruh informasi serta mengartilkan pesan. Persepsi yang muncul di mascul di masyarakat terkait adanya berita bahwa pegawai dari Suara Surabaya media terkonfirmasi covid-19 menimbulkan banyak kekhawatiran, terutama bagi masyarakat yang dekat dengan wilayah tersebut tentu akan sangat meresahkan. Dari adanya temuan tersebut, hal ini juga akan berdampak pada perusahaan, dimana bentuk dari kerjasama dengan perusahaan lain juga akan terkendala. Adanya kejadian tersebut pasti akan menimbulkan dampak banyak bagi Suara Surabaya. (Haikal, 2020)

Kemampuan untuk berkomunikasi begitu penting dalam menentukan arah suatu organisasi. Dalam hal ini suatu perusahaan bisa bertahan tergantung dari segi mana atau bagaimana perusaha tersebut dapat membangun komunikasi krisis yang sedang terjadi (Rahmanto, 2004). Menurut (Purwaningwulan: 2011), krisis merupakan kondisi atau situasi yang tidak terduga, yang mana sebuah perusahaan ataupun suatu organisasi tidak bisa menduga akan adanya krisis yang bisa mengancam citra atau eksistensi perusahaan tersebut. Dalam konteks ini peneliti ingin lebih memfokuskan pada komunikasi krisis. (Budi, 2020)

Komunikasi krisis sendiri merupakan kegiatan pemberian penjelasan terkait adanya krisis, dimana kondisi tersebut bisa disebabkan oleh gangguan teknis, bencana alam, maupun kesalahan manusia. Krisis komunikasi dalam hal ini termasuk dalam upaya yang akan dilaksanakan serta yang telah dilaksanakan oleh manajemen perusahaan untuk bisa segera membantu menyelesaikan agar krisis dapat segera ditanggulangi serta agar tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar bagi perusahaan. Komunikasi krisis harus disusun melalui pertimbangan model komunikasi, publik organisasi, strategi dalam penyampaian pesan, serta tujuan dari perusahaan secara luas.

Upaya dalam membina kedekatan dengan publik harus ditanamkan sejak dini, hal ini menjadi faktor pendukung perusahaan secara krisual saat mengalami krisis. (Pratama & Yanuar, 2019). Upaya yang harus dilakukan oleh pihak Tim Satgas Covid-19 Suara Surabaya saat terjadi krisis seperti ini adalah dengan meredam persepsi-persepsi yang ada di masyarakat, karena banyak spekulasi yang akan muncul, terlebih pada sosial media yang ditakutkan akan lebih memperkeruh suasana. Penanganan krisis yang bagus akan memberikan dampak positif juga bagi perusahaan, yang mana *stakeholder* dari perusahaan merasa akan lebih tenang (Kriyantono, 2005: 200)

Krisis yang tidak segera ditangani akan berpengaruh terhadap citra maupun reputasi dari perusahaan terkait, maka dari itu setelah menyusun strategi dalam upaya penanganan krisis, fokus Tim Satgas selanjutnya yakni melakukan aksi nyata bagi karyawan yang terpapar covid-19. jika strategi dan aksi yang dilakukan telah berhasil hal ini juga akan berdampak bagi perusahaan untuk kedepannya. Citra adalah penilaian oleh publik atau masyarakat mengenai kondisi obyektif yang nantinya akan membentuk penilaian positif maupun negatif serta hal tersebut akan berpengaruh bagi instansi terkait terhadap tingkat loyalitas publik. Citra negatif yang terbentuk di masyarakat mengenai pegawai atau kru dari Suara Surabaya yang positif covid-19 memberikan beberapa dampak bagi perusahaan. Menurut (Ardianto, 2014: 62-65), menjelaskan bahwa citra yakni bagaimana pihak lain dalam memandang suatu instansi baik perusahaan, komite, ataupun suatu aktivitas. Setiap perusahaan memiliki citra yang beragam, tergantung dari jumlah orang yang memandangnya. Tugas dari perusahaan dalam membentuk citra ialah tergantung dari bagaimana perusahaan ingin membentuk citra tersebut atau dengan mengidentifikasi citra yang seperti apa yang ingin perusahaan tersebut bentuk dimata masyarakat. Citra sendiri bisa di artikan sebagai suatu yang didapatkan mengenai pengetahuan maupun pengertian seseorang tentang

kenyataan. Dalam membangun citra, keberhasilan perusahaan dipengaruhi oleh macam-macam faktor yaitu, citra dibentuk dengan berdasarkan orientasi, baik dalam manfaat yang diinginkan oleh kelompok sasaran, citra yang akan ditimbulkan sesuai dengan potensi perusahaan, citra mudah dipahami oleh target sasaran, citra bisa berupa sarana bukan hanya tujuan usaha, serta manfaatnya lebih realistis. Faktor-faktor tersebut bisa mempengaruhi perusahaan agar citra yang ingin di bentuk dapat berhasil. (Pratama & Yanuar, 2019)

Berdasarkan data diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui serta meneliti tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh Tim Satgas Covid-19 Suara Surabaya pasca krisis yang di alami serta apa saja aksi yang telah dilakukan oleh Suara Surabaya dalam membangun citra dan penanganan internal eksternal dalam perusahaan. Selain itu peneliti juga bermaksud untuk memberitahukan kepada khalayak bahwa suatu instansi yang terpapar covid-19 tidak selamanya harus dipandang negatif, melalui strategi-strategi yang dilakukan merupakan bentuk tanggung jawab dari instansi yang seharusnya patut kita hargai serta lebih memberikan dukungan positif terhadap instansi terkait.

Selain bentuk strategi dari Tim satgas Covid-19 Suara Surabaya, peneliti juga tertarik untuk mengetahui apa saja aksi yang telah dilakukan oleh Tim Satgas Suara Surabaya terkait krisis yang telah terjadi akibat covid-19. Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu terkait penelitian tentang strategi komunikasi krisis yakni jika pada penelitian yang dilakukan oleh Aris (2018), Thoyyib (2019), Dhiepo (2019) lebih ditujukan pada penelitian tentang strategi komunikasi saat krisis berlangsung serta pemulihan citra perusahaan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah lebih kepada strategi dan aksi yang di lakukan Tim Satgas Covid-19 pasca krisis yang dialami Suara Surabaya Media.

Dalam penelitian ini lebih berfokus pada strategi komunikasi serta aksi dari Tim Satgas Covid-19 Suara Surabaya pasca krisis yang terjadi, jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif, dimana dalam penelitian ini penulis ingin meneliti apa yang telah Tim Satgas Covid-19 Suara Surabaya lakukan pasca adanya krisis. Langkah serta aksi apa saja yang telah dilakukan pasca beberapa karyawan Suara Surabaya Media terpapar covid-19, selain itu belum ada peneliti lain yang menjadikan krisis dari Suara Surabaya ini untuk dijadikan penelitian. Maka dari itu penulis tertarik untuk menjadikan Suara Surabaya sebagai objek dalam penelitian.

1.2. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah yang dapat peneliti ambil yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi *Tim Satgas Covid* Suara Surabaya dalam menghadapi krisis yang telah terjadi akibat Covid-19.
2. Bagaimana aksi Tim Satgas Covid-19 Suara Surabaya dalam penanganan internal pasca krisis yang terjadi.

1.3. Tujuan Masalah

Terdapat beberapa tujuan terkait dengan penelitian yang berjudul “Strategi komunikasi krisis Suara Surabaya dalam menghadapi dampak Covid-19”, yakni sebagai berikut :

1. Menjelaskan Bagaimana strategi komunikasi *Tim Satgas Covid* Suara Surabaya dalam menghadapi krisis yang telah terjadi akibat Covid-19.
2. Menjelaskan Bagaimana aksi Tim Satgas Covid-19 Suara Surabaya dalam penanganan internal pasca krisis yang terjadi.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak terkait antara lain sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi dalam perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi krisis. Penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan bahan referensi serta sumber informasi bagi para peneliti lain maupun bagi pembaca.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara jelas bagaimana bentuk strategi komunikasi krisis serta aksi yang dilakukan oleh Tim Satgas Covid-19 Suara Surabaya pasca krisis yang terjadi, serta sebagai bentuk informasi positif bagi perusahaan dalam meredam persepsi di masyarakat.