

## **BAB III**

### **PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sajian Data**

Pada bab III ini, peneliti akan memaparkan data yang diperoleh mengenai strategi *media relations* yang dilaksanakan oleh humas PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) dalam media *handling* saat terjadinya kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”. Data tersebut merupakan sebuah data yang didapat dari hasil wawancara terhadap informan sebagai data primer. Dokumentasi dan beberapa data pendukung sebagai data sekunder. Kemudian, pada bab ini akan di analisis sesuai dengan kerangka teori pada BAB 1.

BAB III ini akan menyajikan data yang akan disusun berdasarkan pelaksanaan dan proses dari strategi *media relations* yang dilakukan oleh RCTI. Berdasarkan wawancara kepada 3 orang informan dari pihak RCTI dan 3 orang dari *audiens* yang menonton tayangan Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”, peneliti menemukan beberapa temuan. Adapun hasil yang didapat akan dijelaskan sebagai berikut:

#### **A.1. Proses produksi Tim Produksi Dahsyat dalam membuat konten pada acara Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”**

Tim produksi RCTI berperan untuk membuat konsep pada suatu acara dalam pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam memproduksi sebuah konten, tim produksi RCTI melewati

berbagai macam proses untuk dapat menayangkan konten yang baik sehingga dapat dikonsumsi oleh khalayak luas.

Dalam mengolah kontennya, tim produksi bekerjasama dengan tim yang lainnya seperti tim kreatif, produser beserta asistennya, eksekutif produser, manajer, dan lain lain. Proses dari *brainstorming* mencari konten untuk Dahsyat pada episode “HUT Dunia Terbalik” saat itu menyesuaikan momen dimana acara tersebut dilaksanakan. Dalam tahap pengembangan konsep ini tim produksi bersama yang lainnya juga mempersiapkan gambaran artistik dan menulis anggaran biaya untuk menunjang konsep tersebut.

Konten yang sudah melewati tahap seleksi dan *brainstorming* selanjutnya akan dipresentasikan dan di *preview* internal oleh tim *programming* bersama atasan-atasan yang ada sehingga tidak menimbulkan *miss communication* dan persepsi yang salah jika sudah ditayangkan . Konten yang sudah di setujui selanjutnya akan menjadi tanggungjawab bersama setelah selesai diproduksi. Selanjutnya, setelah melewati *preview* internal RCTI, tim produksi RCTI mempresentasikan konsep yang sudah disepakati kepada pihak TNI termasuk mengenai *games* dan berlangsungnya acara dari awal hingga selesai.

## **A.2. Dampak yang didapatkan oleh Tim Produksi Dahsyat saat terjadinya kasus dan setelah adanya kasus tersebut**

Saat berlangsungnya acara, tim produksi biasanya akan *standby* dilapangan untuk mempersiapkan acara dan menjaga alur acara agar tetap berjalan dengan benar termasuk yang dilakukan oleh tim produksi RCTI. Mereka akan menyiapkan bahan dan konten apa saja yang dibutuhkan untuk setiap segmennya sehingga mereka terfokus pada jalannya acara.

Saat terjadinya segmen *games* yang dipandu oleh *host* Dahsyat dan bintang tamu dari sinetron Dunia Terbalik berlangsung, tim produksi RCTI merasa tidak ada kejangggalan karena semua sudah ditransparansikan kepada TNI serta internal RCTI. Pada awalnya semua terlihat biasa, sampai pada layar televise semua menjadi sedikit rancu karena terdapat beberapa etika penyiaran yang dilanggar. Ketika terjadi sesuatu pada acara tersebut maka dengan mudah dan cepatnya semua akan viral melalui sosial media.

Dampak yang dirasakan setelah adanya kasus tersebut ialah, tim produksi RCTI menjadi lebih sensitif terhadap simbol dan pada hal-hal yang secara etka tidak pantas. Tim produksi RCTI diundangan oleh KPI Indonesia untuk menjelaskan apa saja hal-hal yang boleh maupun tidak boleh dilakukan dalam undang-undang.

### **A.3. Proses pengambilan keputusan dan jalur keluar-masuknya informasi dari pihak RCTI untuk merespon krisis pada saat terjadinya kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”**

Perusahaan mempunyai aturannya sendiri-sendiri untuk jalur keluar dan masuknya informasi serta arus komunikasi antara atasan dan bawahan begitu juga sebaliknya. Tidak mudah untuk sebuah perusahaan secara terang-terangan mengatakan adanya kesalahan karena *image* perusahaan harus tetap dijaga sehingga pesan atau sesuatu yang ingin disampaikan harus dipilih dan disampaikan dengan hati-hati. Termasuk *media relations* RCTI yang tergabung dalam *Corporate Secretary*, mereka juga mempunyai alurnya sendiri untuk berkomunikasi dengan atasan serta dalam membuat sebuah keputusan semua harus melalui jalur yang benar.

“Corsec (*Corporate Secretary*) RCTI sendiri itu dapat dibagi menjadi menjadi beberapa yaitu *government affairs*, humas *external* yang terdiri dari *media relations* dan *social media*, humas *internal* yang lebih terfokuskan pada komunikasi *internal* perusahaan, komunikasi akan setiap agenda *company/group* pada setiap BOD (*Board Of Directors*) dan kegiatan-kegiatan internal seperti protokoler, kemudian CSR dan *community development* yang lebih kepada pengembangan lingkungan. Semua itu dibawah pengawasan dari saya sebagai *Department Head Corporate Secretary RCTI*” (wawancara dengan Bapak Toni Adrianto, *Department Head Corporate Secretary RCTI*, 28 Juni 2018)

Dalam kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik” menurut Bapak Toni Adrianto, kasus tersebut adalah *crisis handling*. Jika ada kasus seperti itu yang dilakukan oleh *Corporate Secretary RCTI* ada dua tahap yaitu:

- a. Pertama, jika kesalahan mutlak dari perusahaan maka mereka akan membuat permohonan maaf langsung terhadap institusi-institusi atau siapapun yang merasa dirugikan.
- b. Kedua barulah klarifikasi, klarifikasi akan dilakukan setelah sudah melaksanakan tahap yang pertama, jadi secara *direct* mereka sudah lakukan jika terjadi kesalahan ke institusi-institusinya.

Proses dari munculnya keputusan untuk mengeluarkan permintaan maaf resmi ataupun jika ada *statement* dari *company* harus ajukan dulu ke *holding* (Induk Perusahaan).

“saya tidak bisa melakukan itu secara pribadi atau mengatasnamakan unit sebelum ada persetujuan dari atasan-atasan saya itu biasanya direktur *corporate affairs* yang di *holding* sehingga dapat diputuskan *statement* apa yang ingin dikeluarkan, apakah klarifikasi atukah permintaan maaf sehingga levelnya beda-beda” (wawancara dengan Bapak Toni Adrianto, *Department Head Corporate Secretary RCTI*, 28 Juni 2018)

Dengan proses pengajuan kepada direksi yang panjang maka untuk sementara *media relations* RCTI akan melakukan tugasnya dahulu untuk memonitoring berita yang ada pada media online khususnya bagian media sosial karena sebagai sebuah perusahaan RCTI akan menunggu persetujuan dari para dewan direksi dahulu sehingga sebisa mungkin selama proses pengambilan keputusan *media relations* RCTI akan mengolah seberapa tinggi tingkat isunya dan *channel-channel*nya apa saja.

#### **A.4. Strategi *media relations* RCTI untuk menjaga hubungan yang baik dengan rekan media dan publik**

Dalam terjalinnya hubungan yang baik dengan para rekan media dan publik, *media relations* RCTI mempunyai strateginya sendiri guna menunjang kegiatan untuk membentuk dan mempertahankan citra positif dimana rekan media maupun publik adapun strategi yang dilakukan oleh *media relations* RCTI yaitu:

##### a. Mengolah relasi

*Media relations* sangatlah penting diperusahaan karena dengan mengelola relasi dengan media massa maka secara tidak langsung sudah melancarkan kegiatan humas. Target dari kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh RCTI ialah para rekan media yang masuk dalam grup (MNC Media) maupun luar grup. *Media relations* RCTI selalu menjalin hubungan yang baik dengan para rekan media agar tetap akrab dengan cara formal maupun non formal. Mereka juga melakukan *media visit* ke beberapa media, membuat *press release*, *press conference*, *press brief*, dan *media handling*.

**Gambar 3.1 Media Visit ke Tabloid Nyata**



(sumber: *media relations* RCTI)

**Gambar 3.2 Press Release Dahsyat Award 2018**

**PRESS RELEASE**

Jakarta, 09  
Januari 2018

**Dahsyatnya Awards 2017**

RCTI kembali menyelenggarakan acara **Dahsyatnya Awards 2018** yang dipersembahkan untuk para musisi dan pelaku seni di bidang musik Tanah Air sebagai bentuk kontribusi kepada masyarakat Indonesia sepanjang tahun 2017. Dengan mengusung tema "*Galactical*", acara yang akan diselenggarakan pada hari **Kamis, 25 Januari 2018** pukul **21.15 LIVE** dari **Studio 8A** ini akan membawa kemeriahan malam puncak **Dahsyatnya Awards** yang sudah terselenggara sebanyak 10 (sepuluh) kali menuju era yang lebih tinggi.

*"Tahun ini merupakan tahun kesepuluh acara Dahsyatnya Awards diselenggarakan. Setiap tahunnya, Dahsyatnya Awards selalu menyuguhkan sesuatu yang berbeda. Tahun ini kami hadir dengan 9 (Sembilan) kategori yang dapat didukung melalui SMS, media sosial, website. Harapan kami semoga dengan terus diselenggarakan Dahsyatnya Awards ini, mampu meningkatkan kualitas serta produktifitas industri musik Tanah Air."* jelas **Dini Putri, Production & Programming Director RCTI**.

Malam penganugerahan **Dahsyatnya Awards 2018** akan dipandu oleh Host Dahsyat, yaitu **Raffi Ahmad, Denny Cagur, Ayu Dewi**, dan sederet Co-Host, yaitu **Syahnaz, Bastian dan Dede Sunandar**. Didukung dengan tata panggung yang futuristic, beragam LED, dan taburan bintang papan atas yang akan tampil yaitu **Armada, Wali, Rizky Febian, JKT48, Fatin Shidqia, Ayu Ting Ting, Via Vallen**, dan **Armand Maulana** serta *special performers* dari **Sacred Riana dan Yudi Lesmana**. Selain itu, *Blue Carpet* akan digelar dalam rangkaian malam penganugerahan **Dahsyatnya Awards 2018**, dimana ratusan artis Tanah Air akan menggebrak kemeriahan acara tersebut.

Sebanyak 9 (sembilan) kategori penghargaan siap diperebutkan para insan musik Tanah Air dalam malam penganugerahan **Dahsyatnya Awards 2018** nanti. Semua kategori dapat didukung melalui 3 (tiga) cara yaitu SMS, media social (Instagram), dan website sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam mendukung musisi idolanya.

Sistem pemilihan yang ada sangatlah mudah untuk masyarakat dapat mendukung nomine favoritnya, jika melalui voting sms cukup dengan cara ketik DA (spasi) Kode Nominasi kirim ke 95151 (Rp. 2200/SMS), jika melalui media social (instagram) dapat menggunakan hashtag #VoteDahsyatAwards2018 (spasi) Kode Nominasi, atau melalui website dengan cara mengunjungi [www.rcti.tv/dahsyatawards](http://www.rcti.tv/dahsyatawards) klik VOTE yang berada dibawah foto nomine favoritnya. Periode vote telah dibuka dari 2 Januari 2018 dan akan ditutup pada 25 Januari 2018 tepat Pukul 00.00 WIB.

Jangan lewatkan **Dahsyatnya Awards 2018** pada **Kamis, 25 Januari 2018** pukul **21.15 LIVE** dari **Studio 8A**.

(sumber: *media relations* RCTI)

**Gambar 3.3 *Press Conference Miss Indonesia 2018***



(sumber: *media relations RCTI*)

**Gambar 3.4 *Press Brief Indonesian Idol 2018***



(sumber: *media relations RCTI*)

**Gambar 3.5 *Media Handling Indonesian Idol 2018***



(sumber: *media relations RCTI*)



Pada setiap program-programnya, RCTI akan selalu mendatangkan para rekan media dalam kesempatan yang ada agar mereka dapat saling bertegur sapa. Seperti gambar 3.5, fasilitas yang diberikan untuk sarana mempermudah tugas peliputan para rekan media saat adanya kegiatan *media handling* adalah ruang pers. *Media relations* RCTI menyediakan fasilitas seperti internet, *press release* (kondisional), *rundown* acara, kartu tanda pers (kondisional), konsumsi, dan *merchandise*.

*Media relations* RCTI setiap harinya akan melakukan *maintenance* media *online* dan cetak melewati kegiatan media *monitoring* untuk mengontrol pemberitaan tentang program-programnya. Jika terdapat berita yang kurang mengenakan bagi perusahaan maka, *media relations* RCTI akan membicarakan secara personal dan memberi pengertian kepada wartawan bahkan kepada para redaksi atau direktur di media tersebut dan tak jarang memberi keistimewaan seperti melakukan media *visit* agar berita menjadi baik lagi. Seperti yang dikatakan oleh *media relations* RCTI, berikut penuturannya:

“kami pastinya mempunyai anggaran khusus untuk *meda visit* setiap tahunnya bahkan jika perlu pertiga bulan kami menganggarkannya. Selain itu juga untuk menyiapkan konsumsi bagi para rekan media jika hadir dalam suatu program yang dibuat RCTI. Menyiapkan *merchandise* untuk hadiah para rekan-rekan wartawan

agar dapat lebih dekat dengan kami” “(wawancara dengan Chambara Sumantri Putra, *Media relations* RCTI, 29 Juni 2018)

*Media relations* RCTI juga selalu memberikan berita terbaru mengenai program RCTI melalui media social dan memberikan info-info terbaru terkait program RCTI kepada para rekan media melalui surat resmi maupun secara personal seperti via *email, chat, whatsapp*, dan SMS.

b. Mengembangkan strategi

Mengembangkan strategi merupakan tugas dari *media relations* selanjutnya setelah mengelola relasi yang baik antara perusahaan dan media. *Media relations* RCTI sering membantu para wartawan untuk mewawancarai artis atau narasumber suatu acara untuk mendapatkan tambahan informasi yang dibutuhkan untuk berita.

Dari segi media sosial pun *media relations* RCTI selalu bekerjasama dengan tim media sosial RCTI dalam membangun konten dan menyebarkan informasi perusahaan terkait agenda dan berita dari program-program yang ada pada RCTI. Dengan selalu memperbarui konten secara *by design* maka *media relations* RCTI dapat mengontrol citra perusahaan dimata publik.

Selain itu, media massa juga berperan penting dalam penyampaian informasi terhadap publik seperti artikel dan berita tentang perusahaan dan profram-program RCTI, hal ini dilakukan melalui media cetak dan elektronik. Jika terdapat pemberitaan yang negatif muncul dari pemberitaan media cetak maupun elektronik maka, sebisa mungkin *media relations* RCTI dalam melakukan sesuatu harus secara kompak dan *fast respond*. *Media relations* RCTI akan bergerak setelah munculnya aba-aba dari para pihak direksi dan direktur perusahaan sehingga jawaban yang keluar sudah kongkrit dan sesuai kesepakatan, selain itu jika ingin mengemukakan suatu *statement*, *media relations* RCTI akan memilih seseorang yang lebih kompeten untuk mengatakan *statement* tersebut kepada publik sehingga segala sesuatu yang keluar dari perusahaan menjadi lebih kredibel dan akurat.

Selanjutnya, terdapat cara untuk mengembangkan strategi *media relations* dalam menjaga citra perusahaan yang dilakukan mulai dari diri sendiri. Menurut Bapak Chambara, cara tersebut adalah dengan para karyawan menjaga diri mereka sendiri untuk terlihat baik didepan orang lain secara tidak langsung sudah menjaga citra dan reputasi perusahaan dihadapan masyarakat. Dengan mereka bertegur sapa pada rekan media dan menganggap para rekan media sebagai teman

bukan sebagai alat untuk publikasi, para rekan media akan menjadi lebih *respect* terhadap perusahaan sehingga pemberitaan yang masuk pun positif semua dan jika terdapat suatu kesalahan maka itu semua akan menjadi tanggungjawab dari semua karyawan RCTI karena bagaimana pun citra perusahaan akan menempel pula kepada karyawannya.

c. Mengembangkan jaringan

Salah satu faktor terpenting dalam melakukan aktivitas *media relations* adalah memperluas jaringan antara perusahaan kepada eksternal karena dalam bidang kehumasan, hal ini akan membantu mempercepat dan mempermudah kinerja kehumasan sehingga untuk mempublikasikan suatu informasi kepada publik menjadi lebih luas. Strategi pengembangan jaringan yang dilakukan oleh *media relations* RCTI berupa menjalin hubungan dengan media-media yang sebelumnya belum pernah meliput kegiatan dari RCTI, seperti menyambut para rekan media yang datang dan bersikap ramah kepada mereka. Ketika para rekan media mencari informasi atau fasilitas yang mendukung mereka membuat berita sebisa mungkin akan diusahakan oleh *media relations* RCTI untuk mencarikan hal-hal tersebut. Kegiatan lainnya adalah seperti *media visit* ke kota-kota lain untuk mendukung program RCTI

yang sedang *road show* ke kota-kota lain. *Media relations* RCTI membuka relasi media untuk lokal maupun nasional bahkan internasional yang bertujuan untuk memperbesar peluang dalam penyebaran informasi.

#### **A.5. Strategi dan kegiatan *media relations* RCTI dalam *media handling* kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”**

Dalam menghadapi suatu kasus krisis, humas RCTI melakukan strategi *media relations* guna menunjang kegiatan untuk mempertahankan citra positif perusahaan dimata publik. Mereka dituntut untuk menjadi pen jembatan antara pihak eksternal perusahaan dengan internal perusahaan.

*Media relations* RCTI harus dapat berkomunikasi dengan baik antara RCTI dan publiknya dalam bentuk penyampaian dan pendekatan melalui media massa guna meraih citra positif kembali dalam jangkauan yang luas.

Sebelum masuk kepada pembahasan strategi dan kegiatan apa yang dilaksanakan oleh *media relations* RCTI dalam menjaga citra positif perusahaan, peneliti menanyakan terlebih dahulu kepada pihak *media relations* RCTI tentang proses menentukan strategi dan kegiatan apa yang paling cocok untuk menangani kasus Dahsyatnya episode “HUT Dunia Terbalik” ini. Adapun strategi yang *media relations* yang dilakukan yaitu:

a) Menganalisis Kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”

Hal pertama yang dilakukan oleh *media relations* RCTI bersama *Corporate Secretary* RCTI saat adanya kasus tersebut adalah mencari tahu dari kronologi yang terjadi dilapangan, karena sangatlah penting untuk menjawab semua pertanyaan dan klarifikasi dari pihak perusahaan kepada publik. Kronologi berartikan mereka harus mendapatkan informasi dari tim yang turun kelapangan yaitu Tim Produksi, Tim Kreatif dan Tim-Tim supporting seperti produser, eksekutif produser, manajer, dan lain-lian. Kemudian dilihat dari *footage* dan dari rekaman oleh Tim Teknis, itu semua dilakukan untuk memperjelas situasi yang sebenarnya terjadi dilapangan.

Kemudian yang selanjutnya dilakukan adalah memeriksa kondisi dan proses sampai terjadinya kejadian tersebut dari pra produksi-produksi-dan pasca produksi, apakah kedua belah pihak saling mengerti dan saling sepakat sehingga dapat dicari penyebab dari kesalahpahaman tersebut. Kemudian jika sudah mengetahui semua kronologi dan prosesnya serta fakta di lapangan yang dilihat dari rekaman dan lain-lain barulah menentukan strategi apa yang akan dilakukan

b) Pembentukan Tim Penganalisis Kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”

Untuk memudahkan *media relations* RCTI untuk menganalisis kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”, maka *media relations* RCTI bersama *Dept. Head of Corporate Secretary* RCTI membentuk tim untuk menganalisis kasus guna menentukan strategi yang akan dilakukan untuk menganggulangi kasus.

Tim penganalisis tersusun dari para direktur, direksi, *holding*, tim *programming* dan BOD RCTI serta *media relations* RCTI bersama *Dept. Head of Corporate Secretary* RCTI melakukan rapat besar untuk membahas kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”. Namun terdapat tim khusus yang hanya berisi para direktur, direksi, *holding*, tim *programming* dan BOD RCTI untuk adanya pengambilan keputusan akhir.

c) Menentukan Strategi *Media Handling*

Menentukan strategi dalam sebuah *handling* pada saat krisis tidaklah mudah karena pada situasi yang genting tidak bisa dengan mudah atau dipikirkan dengan cepat untuk menemukan solusi. *Media relations* harus bersikap hati-hati dan tenang serta tidak saling menjatuhkan namun tetap *fast respon* pada publik.

Strategi yang dilakukan oleh RCTI guna memperjelas informasi adalah melakukan analisis kasus terlebih dahulu untuk mengetahui permasalahan kasus guna menentukan strategi apa yang akan digunakan. Mereka melakukan beberapa tahapan untuk menentukan strategi seperti *fact finding*, dan menentukan langkah-langkah untuk mengambil keputusan yang tepat untuk menjawab dan menanggulangi kasus tersebut.

Pada waktu yang sama, para direktur, direksi, *holding* dan BOD RCTI pun membahas permasalahan tersebut yang selanjutnya akan menghasilkan arahan untuk *media relations* bergerak.

Dengan proses pengajuan kepada direksi yang panjang maka untuk sementara *media relations* melakukan tugasnya terlebih dahulu. Tahapan awal yang dilakukan adalah mencari tahu dari internal RCTI tentang kejadian yang sebenarnya terjadi untuk menanggulangi pertanyaan wartawan yang bermunculan kepada *media relations* RCTI. Setelah membahas permasalahan dengan internal, *media relations* RCTI dapat *maintenance* pemberitaan sehingga dapat dilihat setiap rekan media yang membuat berita dapat *ter-monitoring* dengan baik khususnya berita *online* dan mengolah media sosial resmi RCTI.



Kemudian setelah berita ter-*monitoring*, terlihatlah mana media-media yang memberitakan kasus tersebut dengan “frontal” dan tidak akurat. Terlebih dahulu *media relations* RCTI akan berkoordinasi dengan pihak lain seperti produksi, *programming* dan lainnya yang terkait pemberitaan negatif tersebut untuk menentukan langkah apa yang akan diambil.

Setelah ditentukan langkah yang diambil, barulah *media relations* RCTI akan menghubungi media tersebut untuk berdiskusi dan meminta memberitakan hak jawab RCTI. Hak jawab yaitu mengirimkan surat kepada para rekan media untuk menjelaskan kejadian yang sebenarnya terjadi. Dengan hal itu, maka publik secara tidak langsung dapat mengerti akan hal yang sebenarnya terjadi. *Media relations* RCTI melakukan pendekatan yang intensif dengan rekan media agar dapat meredam kelanjutan pemberitaan kasus tersebut dan pemberitaan yang tidak berdasarkan fakta pun dapat di minimalisir.

*Media monitoring* yang dilakukan oleh *media relations* RCTI akan dilaksanakan selama satu minggu agar dapat menganalisa grafik dari pemberitaan mengenai Dahsyat, apakah terus menaik berita negatifnya atau akan menurun. Selain itu selama satu minggu juga akan jalan dari *media*

monitoring berita dari media cetak yang selanjutnya akan dibuat menjadi *media clipping*.

**Gambar 3.6 Media Clipping Dahsyat RCTI**

MEDIA CLIPPING Corporate Secretary Department	
Media	<a href="https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00192191.html">https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00192191.html</a>
Hari/Tanggal	Jumat, 19 Januari 2018
Halaman	

Heboh Games Makan Ditarik Pakai Kaki, 'Dahsyat' Ramai Dihujat 'Tak Bermoral'



WowKeren.com - Acara "Dahsyat" lagi-lagi menjadi sorotan netizen. Acara yang dipandu Raffi Ahmad dan Denny Cagur tersebut kembali menuai hujatan gara-gara salah satu games yang ditampilkan.

Dalam sebuah segmen, "Dahsyat" mengajak para penonton untuk bermain games makan. Namun tak seperti biasanya, ujung tali pengikat makanan tersebut diklatkan ke kaki para host dan bintang tamu.

Para peserta lomba ini pun harus bisa menghabiskan makanan tersebut dengan cepat. Sedangkan di sisi lainnya para host terus menggerak-gerakkan kakinya agar makanan itu bergerak.

Adegar games ini pun ramai diunggah di sejumlah akun gosip dan langsung menuai hujatan. Banyak netizen yang menyalahkan games semacam itu tak pantas dilakukan.

Dahsyat Games Makan Ditarik Pakai Kaki

Gara-gara games tersebut banyak netizen yang melaungkan protes dan kritikan pedasnya untuk "Dahsyat". Menurut netizen games semacam ini dinilai tak sopan karena kaki para host tampak bergerak-gerak di depan wajah peserta.

Apalagi ada peserta games tersebut yang merupakan TNI dan memakai seragam. Berbagai caci dan amukan diungkapkan oleh netizen untuk acara RCTI ini, terutama bagi tim kreatif yang mengusulkan games tersebut.

"Acara gak bermoral!!! @dahsyat.musik," komentar akun @stnxxx. "Heran ya... Acara ga bermoral, ga beretika... Apalagi mendidik... Kerjanya ky gt kok dibayar mahal ya... Kuantitas wonder2, kualitasnya zonk mlomponk... WNI tu cerdas2... Ga tau knp kok masih eksis yg sejenis beginian... Tolong dong pertelevisian Indonesia...," komentar akun @Elbroxx. "Gg sopan bgt apalagi ada uniformnya yg kutan @dahsyat.musik," komentar akun @Queenita.xx. "Gak sopan banget ya aa tim kreatif nya... game kok kayak gt... Itu kaki di sama in sama kepala orang... Bener" ga waras... Tolong di perbaiki lagi OTAK tim nya yang punya ide BAD seperti itu...!!" komentar akun @katar\_000 (wk/rs)

(sumber: *media relations RCTI*)

**Gambar 3.7 Media Monitoring Dahsyat RCTI 22 Januari 2018**

MEDIA MONITORING RCTI Summary					
Unit	RCTI				
Aktivitas	Media Handling				
Program	Dahsyat				
Tempat/Waktu	Senin, 22 Januari 2018				
Narasumber					
Uraian					
Kehadiran	reporter				
Tone Berita	Positif				
Biaya Transport	Negatif				
Tema Berita					
No.	Kelompok Media	Nama Media	Tanggal	Judul	Link/ Foto
1		tribunlampung.co.id	Jumat, 19 Januari 2018	Akun TNI Berang Gara-gara Host Acara Dahsyat Lakukan Hal Tak Pantas Terhadap Pujanti TNI	<a href="http://lampung.tribunnews.com/2018/01/19/tni-berang-gara-gara-host-acara-dahsyat-lakukan-hal-tak-pantas-terhadap-pujanti-tni.html">http://lampung.tribunnews.com/2018/01/19/tni-berang-gara-gara-host-acara-dahsyat-lakukan-hal-tak-pantas-terhadap-pujanti-tni.html</a>
2		suratkabar.id	Jumat, 19 Januari 2018	Game di Acara Dahsyat Dianggap Lcechkan TNI, Netizen Murka	<a href="http://www.suratkabar.id/73574/informasi-dahsyat-ditayangkan-lcechkan-tni-netizen-murka">http://www.suratkabar.id/73574/informasi-dahsyat-ditayangkan-lcechkan-tni-netizen-murka</a>
3		suara.com	Jumat, 19 Januari 2018	Dianggap Lcechkan TNI, Acara Dahsyat RCTI Bikin Geram Masyarakat	<a href="https://www.suara.com/entertainment/2018/01/19/lcechkan-tni-acara-dahsyat-rcti-bikin-geram-masyarakat">https://www.suara.com/entertainment/2018/01/19/lcechkan-tni-acara-dahsyat-rcti-bikin-geram-masyarakat</a>
4		ipon.com	Jumat, 19 Januari 2018	Acara Dahsyat Bikin Warga Geram	<a href="https://www.ipon.com/news/acara-dahsyat-bikin-warga-geram">https://www.ipon.com/news/acara-dahsyat-bikin-warga-geram</a>
5		wowkeren.com	Jumat, 19 Januari 2018	Heboh Games Makan Ditarik Pakai Kaki, 'Dahsyat' Ramai Dihujat 'Tak Bermoral'	<a href="https://www.wowkeren.com/berita/lamp19">https://www.wowkeren.com/berita/lamp19</a>
6		tabloidbintang.com	Senin, 22 Januari 2018	Dianggap Melcechkan TNI, Ini Permintaan Maaf Felicya Angelista	<a href="https://www.tabloidbintang.com/berita-pedia/2018/01/22/dianggap-melcechkan-tni-ini-permintaan-maaf-felicya-angelista">https://www.tabloidbintang.com/berita-pedia/2018/01/22/dianggap-melcechkan-tni-ini-permintaan-maaf-felicya-angelista</a>
7		tabloidbintang.com	Senin, 22 Januari 2018	Dituding Lcechkan Personel TNI, Felicya Angelista Intipoksi Det	<a href="https://www.tabloidbintang.com/berita-tv/2018/01/22/dituding-lcechkan-personel-tni-felicya-angelista-intipoksi-det">https://www.tabloidbintang.com/berita-tv/2018/01/22/dituding-lcechkan-personel-tni-felicya-angelista-intipoksi-det</a>
8		wowkeren.com	Sabtu, 20 Januari 2018	Dahsyat Dihujat Terkait Games Makan Ditarik Pakai Kaki, RCTI Akhirnya Minta Maaf	<a href="https://www.wowkeren.com/berita/lamp19">https://www.wowkeren.com/berita/lamp19</a>
9		tribunlampung.co.id	Sabtu, 20 Januari 2018	Dinilai Rendahkan Sial, Acara Dahsyat RCTI Kecehan Sial	<a href="http://lampung.tribunnews.com/2018/01/20/dinilai-rendahkan-sial-acara-dahsyat-rcti-kecehan-sial">http://lampung.tribunnews.com/2018/01/20/dinilai-rendahkan-sial-acara-dahsyat-rcti-kecehan-sial</a>
10		indowarta	Sabtu, 20 Januari 2018	Program Dahsyat Dicebut Rendahkan Anggota TNI AD, RCTI Minta Maaf!	<a href="http://indowarta.com/hiburan/10260/program-dahsyat-dicebut-rendahkan-anggota-tni-ad-rcti-minta-maaf">http://indowarta.com/hiburan/10260/program-dahsyat-dicebut-rendahkan-anggota-tni-ad-rcti-minta-maaf</a>
11		tribunjogja.com	Sabtu, 20 Januari 2018	Tim Dahsyat Musik RCTI Minta Maaf setelah Permainannya Membuat Geram Warga	<a href="http://jocia.tribunnews.com/2018/01/20/tim-dahsyat-musik-rcti-minta-maaf-setelah-permainannya-membuat-geram-warga">http://jocia.tribunnews.com/2018/01/20/tim-dahsyat-musik-rcti-minta-maaf-setelah-permainannya-membuat-geram-warga</a>

(sumber: *media relations RCTI*)

d) Penerapan Strategi *Media Handling*

1. Melakukan klarifikasi dan mengeluarkan permohonan maaf

Setelah adanya arahan dari para direktur, direksi, *holding*, dan BOD, hasil dari keputusan tim khusus adalah menyampaikan permintaan maaf kepada publik melalui *press release* yang disebar ke media-media serta tetap terbuka kepada rekan-rekan media yang mencari informasi mengenai kebenaran kasus tersebut. Permohonan maaf pun juga disampaikan langsung kepada ketua TNI agar tidak ada ketegangan antara RCTI dan TNI yang kemudian setelah adanya *statement* yang kuat maka akun resmi media sosial RCTI mengeluarkan *posting-an* yang berkaitan dengan kasus tersebut yang mana sudah dirancang sebelumnya.

**Gambar 3.8 Pertemuan Pihak RCTI dengan TNI AD**



(sumber: Instagram/dahsyat.musik diakses pada tanggal 18 April 2018)

### Gambar 3.9 Surat Permohonan Maaf RCTI



(sumber: brilio.net diakses pada tanggal 5 Juni 2018)

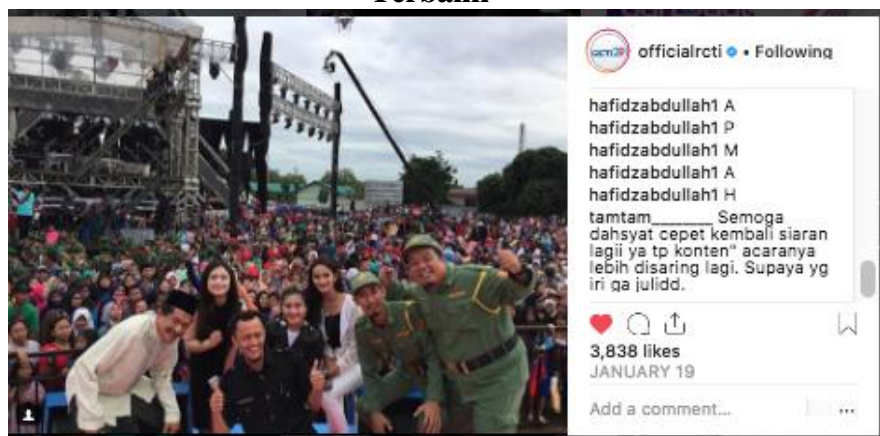
## 2. Mengolah akun resmi Instagram RCTI

Selanjutnya, RCTI melakukan strategi mengolah citra perusahaan melalui media sosialnya. Dari beberapa media sosial yang ada, mereka memfokuskan pada akun Instagram karena pada media sosial itulah dampak terbesar dirasakan.

Dalam hari yang sama dengan adanya kasus Dahsyat tersebut, Tim *Media Relations* RCTI dan Tim Sosial Media RCTI bekerja sama untuk mengatur kontennya pada akun-akun resmi RCTI untuk mengalihkan isu dari kasus Dahsyat, selanjutnya konten yang baru akan dipenuhi oleh komentar

para teman-teman RCTI dalam bentuk kalimat yang positif sehingga komentar negatif dari publik dapat tergeser. Mereka mempunyai akun-akun bayangan yang digunakan untuk mengontrol isu-isu agar mereda sehingga isu dapat menjadi seimbang dan bukan kesalahan mutlak hanya pada RCTI.

**Gambar 3.10 Konten Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik**



(sumber: Instagram.com/officialRCTI diakses pada tanggal 3 September)

**Gambar 3.11 Konten Program Sport 19 Januari 2018**



(sumber: Instagram.com/officialRCTI diakses pada tanggal 3 September)

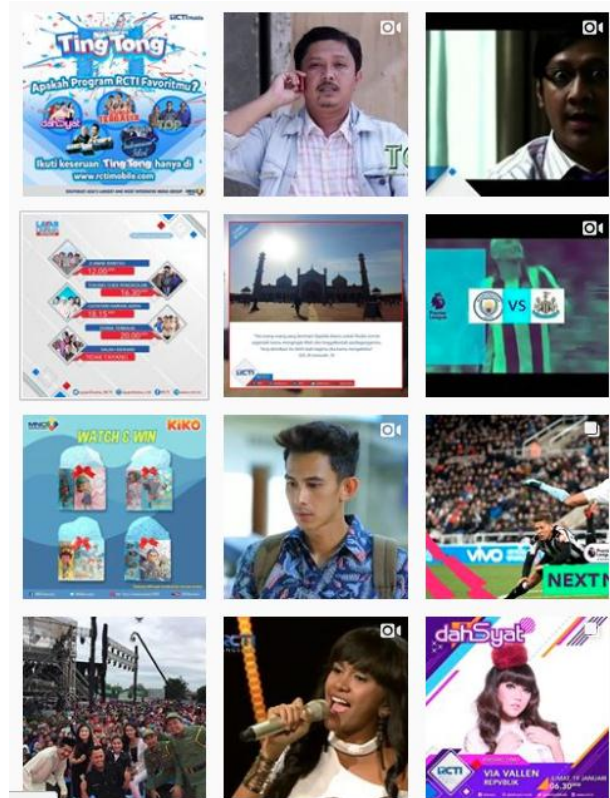
**Gambar 3.12 Update Program RCTI 19 Januari 2018**



(sumber: Instagram.com/officialRCTI diakses pada tanggal 3 September)

Seperti contoh diatas, terlihat pada gambar 3.10 kolom komentar dipenuhi dengan tanggapan negatif dari *netizen*, namun ditutup dengan adanya komentar negatif. Selanjutnya, mereka mengeluarkan konten baru dari program lainnya seperti gambar 3.11 untuk menutup konten Dahsyat namun menutup kolom komentarnya agar komentar buruk mengenai kasus Dahsyat tidak berkelanjutan. Lalu pada gambar 3.12 RCTI mengeluarkan konten yang berisi jadwal program-program unggulannya sehingga para *netizen* dapat teralihkan perhatiannya. Setelahnya, RCTI berhenti membahas tentang program Dahsyat dan menutupinya dengan konten lain yang sudah dirangcang.

**Gambar 3.13 Pembaharuan Konten Instagram RCTI 19 Januari 2018**



(sumber: [Instagram.com/officialRCTI](https://www.instagram.com/officialRCTI) diakses pada tanggal 3 September)

d) Mengontrol Relasi Dengan Rekan Media

Saat adanya krisis seperti adanya kasus Dahsyat ini membuat relasi yang sudah terbangun antara *media relations* RCTI dengan para rekan media sangat diuji. Rekan media akan berlomba-lomba membuat berita mengenai kasus ini dengan banyak spekulasi dahulu sebelum nantinya mempertanyakan yang sebenarnya terjadi.

*Media relations* RCTI mempunyai layanan telfon yang dapat digunakan publik untuk memberikan kritik, saran, bahkan untuk layanan informasi. *Media relations* RCTI selalu

memberikan tanggapan yang cepat dan memberikan solusi terhadap keluhan dan pertanyaan yang masuk mengenai kasus tersebut yang dipertanyakan oleh wartawan maupun masyarakat.

*Media relations* RCTI menjelaskan bahwa hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan media saat itu berjalan dengan baik walaupun terdapat beberapa media yang “frontal” seperti yang diungkapkan sebagai berikut:


“Kami selalu memberikan tanggapan yang cepat dan memberikan solusi terhadap keluhan tersebut. Terus berusaha agar bisa dengan segera menyelesaikan komplain yang ada dan tidak berkepanjangan. Dan terus melakukan pendekatan yang intensif dengan rekan media agar dapat meredam kelanjutan mengenai pemberitaan tersebut.”( wawancara dengan Chambara Sumantri Putra, *Media relations* RCTI, 29 Juni 2018)

*Media relations* RCTI juga mengungkapkan bahwa mereka mendapatkan pertanyaan seputar kasus tersebut dari para rekan media secara personal bahkan beberapa rekan media menanyakan kepada karyawan RCTI yang bukan merupakan *media relations* RCTI. *Media relations* RCTI dengan sigap membuat kesepakatan atas arahan dari atasan untuk menjawab segala pertanyaan melalui satu pintu agar tidak ada kerancuan informasi yang didapat oleh publik sehingga berita yang ada tetap terarah dan tidak membingungkan para rekan media dan publik sehingga ke konkritan informasi dapat dipastikan dan kepercayaan antara RCTI dan publik tetap terjaga.



Dampak dari yang dilakukan oleh *media relations* RCTI dalam menanggapi media dan publik membuat berita yang memberitakan tentang Dahsyat berkurang setiap harinya. Berita yang terbit di media *online* dan cetak selalu di pantau oleh *media relations* RCTI dalam jangka satu minggu sehingga masalah tersebut tidak larut dibenak masyarakat. Berita yang tadinya banyak terbit menjadi sedikit dan tidak terbahas lagi.

**Gambar 3.14 Media Monitoring Dahsyat RCTI 29 Januari 2018**

MEDIA MONITORING RCTI					
Summary					
Unit	RCTI				
Aktivitas	Media Handling				
Program	Dahsyat				
Tempat/Waktu	Senin, 29 Januari 2018				
Narasumber					
Undangan					
Kehadiran			reporter		
			photographer		
Tone Berita	Positif				
	Negatif				
Biaya Transport					
Total Berita					
No.	Kelompok Media	Nama Media	Tanggal	Judul	Link/ Foto
1		kumparan.com	Senin, 29 Januari 2018	Ini Permintaan Maaf dari Pihak RCTI	<a href="https://kumparan.com/napolabangsa/ini-permintaan-maaf-dari-pihak-rcti">https://kumparan.com/napolabangsa/ini-permintaan-maaf-dari-pihak-rcti</a>
2		beranda.co.id	Senin, 29 Januari 2018	Tak Kapok-kapok, Inilah 5 Kontroversi yang Pernah Dibuat Akara Dahsyat	<a href="http://www.beranda.co.id/kontroversi-akara-dahsyat/78118/">http://www.beranda.co.id/kontroversi-akara-dahsyat/78118/</a>
3		Tabloid Bintang	Minggu ke 5 Januari 2018	Felicya Angelista, Sarjana Dulu Baru Menikah	

(sumber: *media relations* RCTI)

#### **A.6. Perspektif masyarakat tentang Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”**

Kepercayaan publik tak luput dari peranan pendukung dari media massa yang merepresentasikan berita sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat. Kepercayaan adalah hal terpenting yang harus di pelihara oleh *media relations* bagi perusahaan. Dengan adanya media massa, informasi-informasi yang harus diketahui masyarakat dapat tersebar

secara cepat dengan jangkauan yang luas melalui media massa. Sebagai perusahaan yang berkecimpung dibidang media, RCTI haruslah bersifat terbuka dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Namun pada saat terjadi krisis pada suatu perusahaan, masyarakat akan menilai secara umum tanpa mempertimbangkan dahulu apa yang terjadi di dalam perusahaannya. Termasuk pada tayangan Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik” yang disiarkan secara langsung serentak di Indonesia pada tanggal 19 Januari 2018. Para masyarakat yang menyaksikan tayangan tersebut menyimpulkan permasalahan hanya di permukaan yang terlihat dalam televisi saja. Secara cepat kasus tersebut tersebar di media sosial sehingga ada pula masyarakat yang tidak melihat langsung di televisi namun dapat tetap mengetahui melalui media sosial seperti grup *chat whatsapp*, Instagram, twitter, facebook, youtube.

Untuk memperkuat analisis mengenai penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada tiga orang sebagai informan yang mengetahui kasus tersebut untuk dapat mengerti akan persepsi masyarakat umum akan adanya kasus tersebut sehingga dapat mengetahui dari harapan audiens ketika menikmati sebuah program musik. Informan terbagi menjadi tiga kategori yaitu remaja (16-19 tahun), mahasiswa, dan orangtua.

**Tabel 3.1**  
**Daftar Informan Masyarakat**

No	Nama	Pekerjaan
1	Nabila Linati Fajri	Mahasiswa/ <i>Content Writer</i>
2	Ina Sita Nur'Ainna	Wiraswasta
3	Futum Khafidzah Azzahro S.	Pelajar

Tanggapan dari para informan mengenai program Dahsyat RCTI berdasarkan wawancara dengan penulis adalah mereka beranggapan bahwa program tersebut sangatlah membantu para musisi untuk mengenalkan karyanya kepada masyarakat luas. Selain itu, mereka beranggapan pula jika program tersebut merupakan siaran hiburan yang bagus dan menarik. Namun setelah beberapa tahun program tersebut berjalan, menurut para informan program tersebut justru meninggalkan esensi dari sebuah acara musik. Dahsyat lebih terfokus pada hiburan saja seperti adanya *games* dan beberapa sensasi.

Para informan mengetahui kasus tersebut melalui media sosial seperti whatsapp dan youtube. Dengan waktu yang singkat mereka dapat melihat dan mengetahui akan kasus tersebut melalui internet. Seperti di Instagram, banyak akun-akun yang mem-*posting* kasus tersebut dan memberikan potongan gambar dan video tentang segmen *games* yang menyulut gemparnya berita mengenai kasus tersebut. Melalui youtube juga, para informan mendapatkan *link* video yang memunculkan potongan video *games* tersebut melalui grup-grup

whatsapp mereka. Maraknya pemberitaan mengenai kasus tersebut didukung pula oleh artikel yang banyak memberitakan tentang Dahsyat pada hari itu dan bahkan masuk ke situs *line today* sehingga lebih mudah lagi bagi para masyarakat mengakses informasi mengenai kasus tersebut.

Adanya perjalanan dari program Dahsyat yang panjang dimulai dari tahun 2008 membuat masyarakat terbiasa akan adanya program tersebut setiap paginya. Namun adanya perjalanan yang panjang tak membuat Dahsyat “aman” dari kesalahan. Menurut para informan, Dahsyat merupakan program unggulan yang melekat dengan seringnya terkena kasus oleh KPI dan melanggar sopan santun. Terlebih setelah adanya kasus dalam episode “HUT Dunia terbalik” ini sehingga para informan menyebutkan bahwa kepercayaan mereka terhadap program Dahsyat sudah menurun.

Terlepas dari kasus tersebut, para informan mengatakan juga bahwa mereka berharap jika program Dahsyat diadakan lagi akan belajar dari kesalahan dan selalu mematangkan setiap konten yang akan dihidangkan untuk masyarakat.

“Setelah adanya kasus ini semoga RCTI semakin cermat untuk membuat program selanjutnya, RCTI kan TV besar pasti tanggungjawabnya pun besar untuk mempertahankan *image* RCTI didepan masyarakat” (wawancara dengan Nabila Linati Fajri, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta/*Content Writer* RWE, 10 Juli 2018)

Tak hanya itu, para informan pun berharap bahwa program Dahsyat ataupun tayangan musik lainnya yang akan ditayangkan semoga dapat menjaga kesopanan dan kesantunannya karena tak dapat dipungkiri lagi bahwa jika program sudah disiarkan maka segala lapisan masyarakat dapat menontonnya bahkan dari anak kecil sekalipun sehingga tayangan yang sangat mendidik sangatlah dibutuhkan demi kemajuan generasi muda.

## **B. Analisis Data**

PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang menjadi objek dalam penelitian ini, merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia dan sudah mengudara semenjak tanggal 24 Agustus 1989. RCTI merupakan stasiun televisi swasta pertama di Indonesia dan mulai mengudara secara terrestrial di Jakarta. Sejak Oktober 2003, RCTI dimiliki oleh Media Nusantara Citra, kelompok perusahaan media yang juga memiliki GTV dan MNCTV. RCTI telah memiliki hak siar atas ajang sepak bola bergengsi Eropa, Euro 2008 bersama GTV dan MNCTV. Menayangkan berbagai program acara hiburan, informasi dan berita yang, RCTI tumbuh dengan cepat menjadi agen perubahan dan pembaharu dalam dinamika sosial masyarakat di Indonesia.

Melihat RCTI merupakan perusahaan yang berkembang dan merupakan perusahaan televisi swasta terbesar di Indonesia, membuat

peneliti merasa penting untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana strategi dari *media relations* dan cara *media relations* untuk mengontrol media-media yang memberitakan suatu berita negatif tentang kasus disalah satu programnya yaitu Dahsyat khususnya dalam episode “HUT Dunia Terbalik” yaitu episode yang merayakan ulang tahun dari program sinetron Dunia Terbalik namun dirayakan dalam program Dahsyat serta bagaimana implementasinya. Hal-hal tersebut dapat diketahui dari wawancara pihak *media relations* RCTI dalam mengontrol rekan media untuk mempertahankan citra positif perusahaan dimata publik. Untuk memperkuat dari penelitian ini, penulis juga melakukan wawancara kepada *Department Head Of Corporate Secretary* RCTI untuk mengetahui dari alur pengambilan keputusan karena *media relations* RCTI tergabung dalam *Corporate Secretary*. Secara umum informan tampak mengetahui akan pentingnya aktivitas *media relations* untuk menyatukan antara fungsi humas dan fungsi media untuk mencapai tujuan yang sejalan.

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara kepada Tim Produksi RCTI yang menaungi program Dahsyat untuk dapat mengetahui dari proses pembuatan konten sejak pra produksi, produksi, dan paska produksi sehingga *output*-nya dapat di nikmati oleh masyarakat. Setelah itu, penulis juga melakukan wawancara terhadap tiga orang yang merupakan masyarakat yang mengetahui kasus tersebut dan mengetahui akan program Dahsyat.

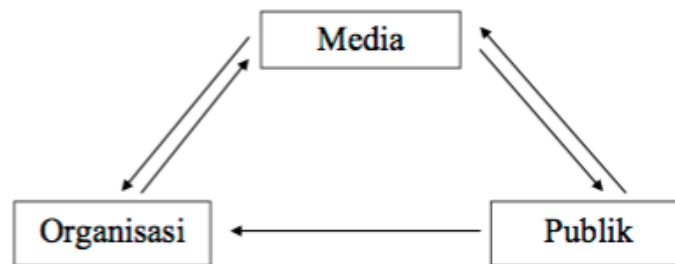
Dimulai dari Tim Produksi RCTI, mereka menjelaskan bahwa konten yang akan ditayangkan pada Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik” sudah melewati tahap seleksi dan *brainstorming* yang selanjutnya akan dipresentasikan dan di *preview* internal oleh tim *programming* bersama atasan-atasan sehingga bersifat transparan dan jelas pada seluruh Tim yang bersangkutan. Konten yang sudah di setuju selanjutnya akan menjadi tanggungjawab bersama setelah selesai diproduksi. Selanjutnya, setelah melewati *preview* internal RCTI, tim produksi RCTI mempresentasikan konsep yang sudah disepakati kepada pihak TNI termasuk mengenai *games* dan berlangsungnya acara dari awal hingga selesai.

Saat terjadinya segmen *games* yang dipandu oleh *host* Dahsyat dan bintang tamu dari sinetron Dunia Terbalik berlangsung, tim produksi RCTI merasa tidak ada kejangggalan karena semua sudah ditransparasikan kepada TNI serta internal RCTI. Pada awalnya semua terlihat biasa, sampai pada layar televisi semua menjadi sedikit rancu karena terdapat beberapa etika penyiaran yang dilanggar. Ketika terjadi sesuatu pada acara tersebut maka dengan mudah dan cepatnya semua akan viral melalui sosial media.

Dalam menanggapi adanya aktivitas *media relations* dalam mempertahankan citra positif perusahaan dan mengontrol para awak media saat terjadinya kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”. Kasus tersebut membuat RCTI mengalami suatu krisis penanganan kasus yang serius karena menyangkut pelecehan lambang negara, *media relations*

RCTI membuat analisis dan strategi untuk mengontrol berita yang sebelumnya strategi tersebut sudah dibicarakan kepada para direksi, direktur, *holding*, dan BOD agar tidak ada kesalahpahaman.

**Gambar 3.11 Arus Komunikasi Dalam *Media Relations***



(sumber: iriantara, 2005:32)

Sebagai salah satu perusahaan televisi terbesar, informasi yang diberikan kepada publik tentunya berhubungan dengan masalah yang ada serta dapat menyampaikan kepada para media massa dan publik melalui strategi yang benar karena reputasi perusahaan yang besar merupakan salah satu beban dari seluruh karyawan khususnya bagi *media relations* yang langsung berhubungan dengan publik. Informasi yang diberikan kepada wartawan akan dimuat di media massa yang nantinya akan disampaikan kepada publik.

Pada hakeketnya *public relations* adalah kegiatan mengantisipasi dan berusaha melihat kejadian apa yang akan terjadi di masa mendatang. Juga untuk melihat kecenderungan dan isu yang bisa berkembang sehingga merusak hubungan yang penting. Karena itu, keputusan cepat dan tepat perlu dilakukan agar tidak mempengaruhi keseluruhan operasional organisasi. Pengambilan keputusan pasti memerlukan pemrosesan



informasi langkah berani untuk meminimalkan akibat yang tidak diinginkan. Sebuah krisis cenderung menjadi sebuah situasi yang menghasilkan efek negatif yang mempengaruhi organisasi dan publiknya, produknya, dan reputasinya.

Dampak yang paling dirasakan atas adanya kasus tersebut adalah berkurangnya kepercayaan masyarakat atas adanya program Dahsyat. Berkurangnya kepercayaan ini dikarenakan adanya pengulangan kesalahan yang terus menerus dilakukan oleh Dahsyat sepanjang tahun 2008-2018. Hal ini sesuai dengan salah satu dari sebab-sebab krisis yang disebutkan oleh Firsan Nova dalam bukunya *Crisis Public Relations* (2011:75-80) yaitu krisis karena persepsi publik, dimana dapat dijelaskan bahwa saat krisis terjadi perusahaan yang mengalaminya mungkin akan menjumpai krisis lain karena krisis yang terjadi sebelumnya tidak teratasi dengan baik. Inilah yang menyebabkan potensi kerugian menjadi berlipat ganda, baik dari segi keuangan maupun moral karyawan karena citra perusahaan yang terus memburuk. Krisis karena persepsi publik biasanya disebabkan karena perusahaan melakukan hal-hal yang bertentangan dengan norma yang ada di masyarakat atau yang bertentangan dengan keinginan dan kepentingan publik.

Seiring berjalannya waktu, permasalahan menjadi terakumulasi dan menyebabkan situasi menjadi semakin parah. Kita dapat mengkategorikan krisis berdasarkan asal terjadinya atau berdasarkan waktu peringatan munculnya krisis. Kasus Dahsyat tersebut dapat dijabarkan melalui enam

tahapan dalam siklus hidup krisis menurut Frisa Nova (2011:95-97) sebagai berikut:

a. Tahap *Pre-crisis*

Pada tahapan ini merupakan tahapan sebelum adanya krisis. Walaupun ada beberapa kesalahan yang dibuat oleh Dahsyat, namun masyarakat tidak terlalu memperdulikan akan beberapa kesalahan itu.

b. Tahap *Warning*

Reaksi yang umum terjadi pada tahap ini adalah kaget atau menyangkal dan pura-pura merasa aman. RCTI pada saat pertama kali akan terjadinya kesalahpahaman pada permainan antara pengisi acara Dahsyat dan TNI AD pada tanggal 19 Januari 2018 merasa terkaget akan reaksi masyarakat yang menyaksikan tayangan langsung episode tersebut. RCTI mencoba tenang dan tetap melanjutkan permainan hingga berakhirnya segmen tersebut.

c. Tahap *Acute Crisis*

Pada tahap ini krisis mulai terbentuk dan media juga publik mulai mengetahui adanya masalah. Masyarakat mulai membuat persepsi yang negatif akan RCTI karena adanya kesalahan dalam permainan Dahsyat dalam episode tersebut. Maraknya orang yang menyebar luaskan potongan gambar dan video melalui media sosial membuat kasus

tersebut menyebar dengan luas dan wartawan mulai membuat berita dengan spekulasi yang ada, beberapa wartawan dan masyarakat pun menghubungi pihak RCTI untuk meminta kejelasan dan kronologi dari kasus tersebut. Disinilah pengetahuan akan manajemen krisis bagi *public relations* diukur.

d. Tahap *Clean-up*

Saat masalah melewati tahap *warning* tanpa diselesaikan, maka kerusakan perusahaan mulai timbul. Inilah waktunya untuk memulihkan perusahaan dari citra perusahaan yang menurun. Pada tahap ini RCTI mulai melayani dari berbagai keluhan publik dan media serta KPI yang menegur program Dahsyat. RCTI juga mengimplementasikan dari strategi *media relations* yang sudah disepakati bersama. Sebagai pembelajaran, RCTI dapat melihat bagaimana suatu krisis akan timbul. Bagaimana menghadapi krisis dan memastikan krisis tidak akan pernah terulang lagi.

e. Tahap *Post-crisis*

Tahap ini perusahaan memenangkan kembali kepercayaan publik dan dapat beroperasi kembali dengan normal, maka secara formal dapat dikatakan krisis telah berakhir. RCTI telah berhasil menyelesaikan permasalahan kasus tersebut dan mendapatkan pelajaran. Hasil dari penyelesaian ini

adalah kembalinya RCTI menjalankan program-program unggulan lainnya seperti biasa dan beranjak dari pembahasan kasus Dahsyat. Media sosial pun sudah tenang dan antara RCTI dan TNI AD pun sudah baik-baik saja.

Dikarenakan hal diatas, maka *media relations* RCTI menitikberatkan pada strategi *media handling*. Selain mengandalkan media sosial resmi dari RCTI, *media relations* RCTI juga mengandalkan media massa baik cetak dan elektronik. *Media relations* RCTI sadar bahwa media massa bukan hanya berguna untuk menyebarkan informasi tetapi juga berguna sebagai pembangunan citra positif terhadap masyarakat dan sebagai upaya peningkatan pelayanan publik.

Strategi yang digunakan *media relations* RCTI adalah dengan mengandalkan media sosial dari akun resmi RCTI adalah membuat rancangan baru mengenai konten yang ada pada akun-akun resmi RCTI. Dari beberapa akun resmi RCTI, mereka memilih untuk memfokuskan pada akun Instagram karena pada akun tersebut konten mengenai kasus Dahsyat pada episode “HUT Dunia Terbalik” yang paling mudah untuk dikomentari oleh para *netizen* sehingga kolom komentar menjadi penuh dengan tanggapan negatif.

Langkah yang dilakukan setelah merancang konten baru untuk Instagram adalah dengan menutup kolom komentar dari konten-konten lama sehingga orang-orang tidak dapat melihat komentar negatif kembali dan dapat menurunkan emosi publik. Setelah publik dirasa tenang, maka

RCTI mulai meluncurkan konten-konten yang baru dan mengarahkan akun-akun bayangan seperti akun para karyawan RCTI untuk memenuhi kolom komentar pada konten-konten yang baru agar mempengaruhi publik sehingga dapat kembali positif yang mana hasilnya akan dikontrol melalui *media monitoring* dan *media clipping* selama seminggu setelah adanya kasus agar dapat dievaluasi bersama.

Ada beberapa hal yang berkaitan dengan pelaksanaan strategi yang harus diputuskan dengan tepat oleh seorang *public relations* perusahaan saat krisis melanda. Berdasarkan wawancara dengan *Department Head of Corporate Secretary* RCTI dan *Media Relations* RCTI dapat dijabarkan bahwa hal-hal yang dilakukan untuk mengatasi adanya krisis dalam kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik” adalah:

a. *Fact Finding*

Hal pertama yang dilakukan oleh *media relations* RCTI bersama *Corporate Secretary* RCTI saat adanya kasus tersebut adalah mencari tahu dari kronologi yang terjadi dilapangan, karena sangatlah penting untuk menjawab semua pertanyaan dan klarifikasi dari pihak perusahaan kepada publik. Tahapan awal yang dilakukan adalah mencari tahu dari internal RCTI tentang kejadian yang sebenarnya terjadi untuk menanggulangi pertanyaan wartawan yang bermunculan kepada *media relations* RCTI. Selanjutnya mencari kronologi yang berartikan mereka

harus mendapatkan informasi dari tim yang turun lapangan. Kemudian dilihat dari *footage* dan dari rekaman, itu semua dilakukan untuk memperjelas situasi yang sebenarnya terjadi dilapangan, memeriksa kondisi dan proses sampai terjadinya kejadian tersebut, apakah kedua belah pihak saling mengerti dan saling sepakat sehingga dapat di cari penyebab dari kesalahpahaman tersebut.

b. Membentuk pusat informasi

Para direktur, direksi, *holding* dan BOD RCTI bersama Tim Produksi RCTI dan *Departement Head of Corporate Secretary* bersama *Media Relations* RCTI membahas permasalahan tersebut yang selajutnya akan menghasilkan arahan untuk *media relations* bergerak. Kemudian langkah yang dilakukan adalah tindakan dari hal-hal yang telah disepakati.

c. Pilih juru bicara yang mampu dan berpengalaman.

Pastikan bahwa juru bicara mendapatkan semua data dan informasi serta data yang benar. *Media relations* RCTI akan bergerak setelah munculnya aba-aba dari para pihak direksi dan direktur perusahaan sehingga jawaban yang keluar sudah kongkrit dan sesuai kesepakatan, selain itu jika ingin mengemukakan suatu statement, *media relations* RCTI akan memilih seseorang yang lebih kompeten untuk

mengatakan *statement* tersebut kepada publik sehingga segala sesuatu yang keluar dari perusahaan menjadi lebih kredibel dan akurat. Dalam kasus Dahsyat ini kesepakatan yang muncul adalah semua informasi berpusat dalam satu pintu yaitu melalui *media relations*. Segala pertanyaan dari wartawan dan publik akan langsung ditampung oleh *media relations* RCTI namun tetap berdasarkan komando dari para atasan.

- d. Memberikan keterangan yang cukup, jelas, dan benar kepada pers, agar mereka tidak mencari ke sumber yang tidak sesuai.

*Media relations* RCTI mempunyai layanan telfon yang dapat digunakan publik untuk memberikan kritik, saran, bahkan untuk layanan informasi. *Media relations* RCTI selalu memberikan tanggapan yang cepat dan memberikan solusi terhadap keluhan dan pertanyaan yang masuk mengenai kasus tersebut yang dipertanyakan oleh wartawan maupun masyarakat.

- e. Memperbarui dokumentasi kejadian tersebut berupa foto, tape, atau video sabagai data.

*Media relations* RCTI selalu bekerjasama dengan tim media sosial RCTI dalam membangun konten dan menyebarkan informasi terbaru. Dengan selalu

memperbarui konten secara *by design* maka *media relations* RCTI dapat mengontrol citra perusahaan setelah terjadinya kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik”.

- f. Memperbarui data-data pers dari waktu ke waktu.

RCTI menyampaikan permintaan maaf kepada publik melalui *press release* yang disebar ke media-media serta tetap terbuka kepada rekan-rekan media yang mencari informasi mengenai kebenaran kasus tersebut. Permohonan maaf pun juga disampaikan langsung kepada ketua TNI agar tidak ada ketegangan antara RCTI dan TNI yang kemudian setelah adanya *statement* yang kuat maka akun resmi media sosial RCTI mengeluarkan *posting-an* yang berkaitan dengan kasus tersebut yang mana sudah dirancang sebelumnya

- g. Memberitahukan operator bahwa tidak ada seorangpun yang memberikan keterangan selain juru bicara.

Dalam poin ini, seperti yang sudah dijelaskan diatas. RCTI menyepakati bahwa semua informasi akan keluar melalui satu pintu yaitu *media relations* RCTI namun tetap berdasarkan komando dari para atasan.

- h. Permintaan pers untuk kepentingan informasi mereka harus dipenuhi secepatnya.



Pada saat RCTI mengalami krisis tersebut, banyak wartawan yang mencari informasi mengenai kasus krisis tersebut. Jika terdapat pemberitaan yang negatif muncul dari pemberitaan media cetak maupun elektronik maka, sebisa mungkin *media relations* RCTI dalam melakukan sesuatu harus secara kompak dan *fast respond*.

Hal-hal yang dilakukan *media relations* RCTI untuk mengatasi krisis sebagaimana dijelaskan diatas sesuai dengan pendapat dari Ardianto dan Soemirat (2002:185), dimana mereka menjelaskan bahwa hal-hal yang harus dilakukan ketika mengatasi suatu krisis adalah dengan melalui 8 poin, peneliti menemukan bahwa poin-poin itu sesuai dengan yang dilakukan oleh *media relations* RCTI.

Selain itu, peneliti menemukan adanya strategi penyelesaian kasus diatas dapat pula dimasukkan dan dikategorikan sebagai 4 tahap model strategi *public relations* seperti yang disebutkan oleh Suryadi (2007:31-32). Jika dikelompokkan, maka akan menjadi seperti berikut:

#### Tahap Satu: Penelitian Awal

Langkah 1: Menganalisis situasi dan saat terjadinya kasus Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik” di tempat kejadian bersama direktur, direksi, *holding*, BOD dan *Dept. Head of Corporate Secretary* serta *Media Relations*, tim produksi, tim *programming*, tim

teknis, dan tim-tim lainnya yang mendukung program Dahsyat

Langkah 2: Mencari sumber permasalahan melalui Internal RCTI

Langkah 3: Menganalisis reaksi publik terhadap kasus melalui media online seperti media sosial dan berita online

#### Tahap Dua: Strategi

Langkah 4: Menentukan bersama para direktur, direksi, *holding*, BOD dan *Dept. Head of Corporate Secretary* serta *Media Relations* tentang apa yang harus diluruskan dari kasus Dahsyat tersebut dan menentukan cara agar publik tetap tenang dengan melakukan rapat besar

Langkah 5: Membuat langkah-langkah dan strategi untuk merespon kasus dan publik

Langkah 6: Memilih jalur komunikasi yang paling efektif, yaitu menggunakan jalur satu pintu melalui *media relations* RCTI

#### Tahap Tiga: Taktik

Langkah 7: Menentukan taktik yang digunakan untuk mendukung strategi yang sudah dirancang dalam *media relations* RCTI

Langkah 8: Implementasi dari rancangan strategi yang sudah disepakati, yaitu melakukan *media handling*, *media monitoring*, *media clipping*, dan mengatur ulang konten dari media sosial resmi RCTI.

#### Tahap Empat: Evaluasi

Langkah 9: Mengevaluasi hasil dari strategi yang sudah dilakukan selama satu minggu yang *output*-nya merupakan laporan dari *media monitoring* dan *media clipping*.

Dengan demikian, strategi yang dilakukan oleh RCTI khususnya oleh *media relations* RCTI dapat dibahas dan dijabarkan dengan teori yang digunakan oleh penulis. Kegiatan yang dilakukan oleh *media relations* RCTI untuk mengelola dan membina hubungan baik dengan para rekan media saat terjadi dan saat selesainya kasus sebagai sarana komunikasi antara RCTI dengan publik dalam mencapai tujuan dapat berjalan dengan baik. Wartawan dapat memahami informasi yang disampaikan oleh *media relations* RCTI sehingga berita-berita yang bermunculan dapat terorganisir dengan baik. Untuk para *audiens* pun mereka tidak berlarut dalam kasus tersebut setelah adanya klarifikasi yang jelas dari pihak RCTI dan tetap

berjalan dengan baiknya hubungan RCTI dengan TNI AD menjadikan citra perusahaan semakin membaik dan beranjak dari kasus tersebut. RCTI sudah belajar dari kesalahan program Dahsyat dan dibimbing oleh KPI secara intensif, RCTI mendapat pelajaran pula atas pemberhentiannya program Dahsyat.

Dalam hal ini, langkah-langkah yang dilakukan dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi sehingga menjadikan *output* untuk dapat dinikmati oleh publik pada program Dahsyat episode “HUT Dunia Terbalik” dapat teranalisis melalui para informan yang sesuai dan penulis memperoleh dokumen pendukung yang cukup untuk membantu menganalisis penelitian ini. Pentingnya *media relations* dalam suatu perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik kepada media massa dan publik dapat dijadikan jurus jitu dalam menangani sebuah krisis sesuai dengan pendapat dari Ruslan (2005:162) bahwa aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk dan kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak pers atau media massa dapat menciptakan publisitas dan citra positif.