

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis konten menggunakan metode Analisis Konten dan kerangka teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) terhadap unggahan akun Instagram resmi PT KAI (@kai121_) pada 21 Juni 2022 yang dilakukan dengan identifikasi data pesan, evaluasi kesesuaian strategis, dan penilaian dampak respons, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen krisis yang diterapkan oleh PT KAI dalam menghadapi insiden pelecehan seksual di KA Argo Lawu dinilai sangat efektif dalam meningkatkan kepercayaan publik. Efektivitas ini dicapai melalui kombinasi strategis yang didominasi oleh strategi *Rebuild* (Membangun Kembali). PT KAI secara tepat mengidentifikasi krisis pelecehan seksual sebagai krisis yang dapat dicegah (*Preventable Cluster*), kategori krisis yang menuntut respons restoratif dengan atribusi tanggung jawab tinggi. Krisis ini diklasifikasikan demikian karena terjadi di bawah kegagalan pengawasan keamanan dan layanan internal perusahaan.

Strategi inti *Rebuild* diwujudkan melalui permintaan maaf (*apology*) yang tulus kepada korban dan masyarakat, yang kemudian didukung oleh ganti rugi/bantuan (*compensation*) berupa bantuan hukum kepada korban. Tindakan perbaikan yang dilakukan PT KAI adalah pengumuman kebijakan daftar hitam (*blacklist*) permanen terhadap Nomor Induk Kependudukan (NIK) pelaku. Kebijakan substansial ini berhasil menunjukkan keseriusan perusahaan dan memulihkan

keyakinan publik terhadap kemampuan PT KAI untuk mengontrol lingkungan layanannya. Selain itu, strategi ini diperkuat dengan pendekatan *Bolstering* di mana PT KAI mengangkat isu krisis menjadi gerakan sosial dengan menggunakan tanda tagar #StopPelecehanSeksualDiTransportasiUmum. Langkah ini memposisikan PT KAI sebagai pemimpin etika dalam transportasi publik dan mendulang dukungan serta kepercayaan masyarakat.

Keberhasilan manajemen krisis PT KAI dapat dilihat dari keberlanjutan tindakan yang bukan hanya sekadar komunikasi di media sosial. Hal ini dibuktikan melalui integrasi sanksi *blacklist* permanen pada strategi *rebuild* yang selaras dengan Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (TPKS), serta penguatan reputasi perusahaan pada strategi *bolstering* yang dilanjutkan melalui kampanye. Konsistensi antara respons digital dan kebijakan nyata di lapangan inilah yang menjadi faktor penentu pulihnya kepercayaan publik secara jangka panjang.

Pada hasil analisis menunjukkan keputusan penting perusahaan untuk tidak menggunakan strategi *Deny* atau *Diminish* karena kedua strategi tersebut secara teoritis (SCCT) dan etis tidak relevan serta berpotensi merusak reputasi secara permanen untuk krisis dengan atribusi tanggung jawab yang tinggi. Dengan demikian, respons komunikasi PT KAI yang cepat, empatik, dan berorientasi pada aksi nyata berhasil mengendalikan kerusakan reputasi secara signifikan. Dampaknya, asumsi publik bergeser dari rasa marah menjadi apresiasi terhadap tindakan tegas yang diambil perusahaan, membuktikan bahwa aksi nyata adalah

kunci utama pemulihan kepercayaan publik dalam situasi krisis. Seluruh rangkaian respons manajemen krisis PT KAI mulai dari permintaan maaf yang empatik hingga implementasi kebijakan *blacklist* telah berhasil memulihkan dan meningkatkan kepercayaan publik sehingga menegaskan kembali posisi perusahaan sebagai penyedia layanan transportasi yang bertanggung jawab dan aman.

5.2 Saran

Berikut adalah saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian ini:

a. Bagi PT KAI

- a) PT KAI disarankan untuk mempertahankan standar respons cepat, empatik, dan berorientasi pada tindakan korektif (strategi *Rebuild*) dalam menangani semua isu sensitif yang melibatkan keamanan penumpang di masa depan.
- b) PT KAI perlu terus meningkatkan implementasi dan sosialisasi program keamanan, termasuk pelatihan petugas agar lebih responsif terhadap kasus pelecehan, dan memastikan ketersediaan mekanisme pelaporan yang mudah dan aman bagi seluruh penumpang.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini membahas seputar analisis konten di media sosial Instagram pada strategi konten manajemen krisis *public relations* PT KAI dalam kasus pelecehan seksual di KA Argo Lawu terhadap kepercayaan publik dengan menggunakan kerangka analisis konten dan teori *Situational Communication Crisis Theory*. Dengan topik manajemen krisis yang menggunakan kerangka

analisis konten dan teori *Situational Communication Crisis Theory* maka masih banyak aspek lain yang dapat digali dari kasus serupa di penelitian selanjutnya.