

ABSTRAK

BPJS Ketenagakerjaan adalah lembaga publik yang memberikan perlindungan sosial bagi tenaga kerja melalui program-program asuransi sosial. Namun, berbagai pemberitaan negatif mengenai isu dugaan korupsi dalam investasi di media telah menciptakan krisis reputasi bagi BPJS Ketenagakerjaan, mengurangi kepercayaan peserta, dan menyebabkan unjuk rasa oleh para peserta di berbagai kantor BPJS Ketenagakerjaan di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan Strategi Manajemen Krisis *Public Relations* yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan Dalam Menjaga Kepercayaan Peserta pada periode krisis dari Januari 2021 – Agustus 2021.

Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, Teknik pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder, data primer di peroleh dari wawancara dengan informan dan data sekunder di peroleh dari studi literatur untuk teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan Manajemen Krisis *Public Relations* yang dilakukan BPJS Ketenagakerjaan terbagi dalam 3 tahap yakni: Tahap pra-krisis, Tahap respons krisis, dan Tahap pasca-krisis.

Pada Tahap Pra Krisis, bibit krisis sudah mulai ditandai dengan pemeriksaan kejaksaan, isu muncul di media dan terjadi unjuk rasa oleh serikat pekerja.

Pada Tahap Respon Krisis, BPJS Ketenagakerjaan mulai menyusun strategi respon, ditinjau dari teori *image restoration* strategi respon yang digunakan adalah dengan strategi mengurangi serangan (*reducing the offensiveness*) BPJS Ketenagakerjaan tidak menyangkal jika krisis terkait dengan aktivitas organisasi yaitu terkait pengelolaan dana investasi di pasar modal yang mengalami kerugian yang belum terealisasi, tetapi serangan krisis ini coba dikurangi dengan mengundang para pakar untuk bicara mengenai resiko investasi pasar modal, dan bicara bahwa kerugian yang belum terealisasi ini adalah resiko pasar dan jika dilihat dari *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* strategi yang di terapkan adalah *Diminish strategies*, yakni BPJS Ketenagakerjaan mengakui adanya krisis dan tetapi mencoba meyakinkan publik bahwa krisis yang terjadi tidak seburuk yang dikira.

Pada Tahap Pasca Krisis, BPJS Ketenagakerjaan menyiapkan strategi supaya resiko-resiko investasi di pasar modal dapat di minimalisir dan memasukan komunikasi krisis kedalam *crisis management team (CMT)*.

Kata kunci: manajemen krisis, komunikasi krisis, *situational crisis communication theory (SCCT)*, Teori *Image Restoration*

ABSTRACT

BPJS Ketenagakerjaan is a public institution that provides social protection for workers through various social insurance programs. However, negative media coverage regarding allegations of corruption in investment activities has led to a reputation crisis for BPJS Ketenagakerjaan, eroding participant trust and prompting protests by participants at various BPJS Ketenagakerjaan offices in Indonesia.

This research aims to understand the Crisis Public Relations Management Strategy employed by BPJS Ketenagakerjaan in maintaining participant trust during the crisis period from January 2021 to August 2021. The research methodology is a qualitative case study approach. Data collection techniques involve both primary and secondary data, where primary data is obtained from informant interviews and secondary data is gathered from literature studies. Triangulation of sources is utilized for data validity.

The research findings indicate that BPJS Ketenagakerjaan's Crisis Public Relations Management is divided into three stages or phases: the pre-crisis phase, crisis response phase, and post-crisis phase.

During the Pre-Crisis Phase, the crisis seeds are evident with prosecutorial examinations, media coverage of the issue, and worker union protests.

In the Crisis Response Phase, BPJS Ketenagakerjaan begins formulating response strategies. Drawing from the theory of image restoration, the response strategy utilized is the reduction of offensiveness. BPJS Ketenagakerjaan does not deny the crisis's organizational involvement, which is related to investment fund management in the capital market resulting in unrealized losses. However, this crisis attack is mitigated by inviting experts to discuss capital market investment risks and emphasizing that the unrealized losses are market risks. According to the Situational Crisis Communication Theory (SCCT), the implemented strategy falls under Diminish strategies, where BPJS Ketenagakerjaan acknowledges the crisis but aims to convince the public that the crisis is not as severe as perceived.

In the Post-Crisis Phase, BPJS Ketenagakerjaan prepares strategies to minimize investment risks in the capital market and incorporates crisis communication into the crisis management team (CMT).

Keywords: crisis management, crisis communication, Situational Crisis Communication Theory (SCCT), Image Restoration Theory.