

**Evaluasi Strategi Komunikasi Krisis PERURI dalam Kasus E-Meterai Tahun 2024
Berdasarkan Situational Crisis Communication Theory**

**Rizky Kertanegara¹, Agustina Yessy Ratna Winning Kusuma², Khairin Nissa³, Mutiasari
Jamin⁴, Nur Lailatul Qadriah⁵, Viona Rizkia Ananda^{6,*}**

¹Politeknik Negeri Media Kreatif-Jakarta

^{2,3,4,5,6}Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah & Peradaban

^{2,3,4,5,6}Universitas Paramadina-Jakarta

Email: ¹rizkykertanegara@polimedia.ac.id, ²agustina.ratna@students.paramadina.ac.id,
³khairin.nissa2@students.paramadina.ac.id, ⁴mutiasari.jamin@students.paramadina.ac.id,
⁵nur.qadriah@students.paramadina.ac.id, ^{6,*}viona.ananda@students.paramadina.ac.id

*Corresponding Author

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi komunikasi krisis yang digunakan oleh Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri) dalam menangani permasalahan e-meterai pada proses pendaftaran Calon Aparatur Sipil Negara (CASN) 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) oleh Coombs & Holladay. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peruri menerapkan strategi *diminishment* dan *rebuilding* yang sesuai dengan reputasi institusi dan penanganan krisis sebelumnya.

Kata kunci: E-Meterai; Komunikasi Krisis; Peruri; *Situational Crisis Communication Theory*

PENDAHULUAN

Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri) adalah salah satu perusahaan negara yang turut mengembangkan kemampuannya mengikuti perkembangan zaman dengan menyediakan layanan kepada masyarakat berbasis teknologi digital. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 2021 tentang Pengadaan, Pengelolaan, dan Penjualan Meterai, Peruri menerbitkan E-Meterai sebagai salah bentuk kepercayaan perusahaan dari pemerintah di bidang sekuriti digital. E-meterai adalah inovasi digital dari meterai fisik yang diluncurkan oleh Peruri. E-meterai memungkinkan pengguna untuk menandatangani dokumen secara elektronik dengan kekuatan hukum yang sama seperti meterai fisik. E-meterai dirancang untuk mendukung transformasi digital di Indonesia,

memberikan kemudahan, efisiensi, dan keamanan dalam proses administrasi. Layanan penjualan e-meterai merupakan bagian dari upaya Peruri untuk mendukung digitalisasi layanan publik dan kebutuhan hukum masyarakat.

Sebagai salah satu perusahaan yang berbadan usaha milik negara (BUMN), Peruri diberikan tanggung jawab oleh pemerintah untuk mengelola E-Meterai termasuk dalam proses Pendaftaran Calon Aparatur Sipil Negara (CASN) Tahun 2024. Pendaftaran Calon Aparatur Sipil Negara (CASN) 2024 menjadi salah satu momen penting bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang ingin mendapatkan impian dan masa depan yang terjamin. Dalam pendaftaran CASN, terdapat tahapan administrasi pemberkasan yang mewajibkan mendaftarkan untuk menggunakan meterai dalam dokumen-dokumen legalitas yang dipersyaratkan. Untuk tahun 2024, pihak Badan Kepegawaian Negara (BKN) sebagai pelaksana utama CASN ini mewajibkan pendaftarannya beralih ke penggunaan e-meterai. Dalam hal ini, BKN bekerja sama dengan pihak Peruri (Tim Komunikasi Publik BKN, 2024).

Namun, pelaksanaan pendaftaran ini tidak luput dari kendala teknis. Peruri sebagai penyedia layanan E-Meterai menghadapi tantangan berupa keluhan dari *user* terkait dengan kesalahan teknis dan ketidaktersediaan layanan sehingga kondisi ini menghadapi krisis yang memiliki dampak pada reputasi Peruri. Salah satu masalah utama adalah gangguan sistem, di mana situs *web* layanan E-Meterai tidak dapat diakses akibat lonjakan trafik yang melebihi kapasitas *server*. Selain itu, ada indikasi bahwa serangan siber, seperti *Distributed Denial of Service* (DDoS), turut memperparah situasi ini dengan membanjiri server dengan trafik tidak sah. Hal ini menimbulkan frustrasi di kalangan pengguna yang sangat bergantung pada layanan ini untuk memenuhi persyaratan administrasi mereka (Peruri, 2024).

Perubahan sistem layanan yang semula berbentuk fisik ke dalam bentuk digital atau elektronik tentunya tidak langsung berjalan dengan mudah. banyak penelitian sebelumnya yang membahas mengenai komunikasi krisis dalam menangani kendala di era digital ini. Namun, sebagai satu-satunya perusahaan di Indonesia yang menerbitkan meterai berbentuk elektronik dan di Tahun 2024 ini untuk pertama kalinya penggunaan E-Meterai dalam Pendaftaran CASN, sehingga Peruri menghadapi situasi yang sulit dalam menangani krisis ini.

Berdasarkan objek dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan komunikasi krisis yang terjadi di dalam instansi-instansi pemerintah. Berdasarkan penelitian disertasi oleh Suryanto (2024), krisis komunikasi yang pernah terjadi akibat El Nino menyebabkan kekeringan air. Fenomena ini berdampak pada citra Direktorat Jenderal Sumber Daya Air Kementerian Pekerjaan Umum Perumahan Rakyat (PUPR). Penelitian deskriptif kualitatif ini menunjukkan bahwa instansi tersebut menggunakan strategi *diminish* untuk mengurangi dampak krisis akibat fenomena El Nino. Namun, penelitian ini merekomendasikan agar pihak instansi lebih aktif dalam menyampaikan informasi di berbagai platform media sosial (Suryanto, 2024).

Zalzabilla dan Chasana (2024) melalui penelitiannya yang berjudul *Strategi Respon Krisis Pemerintah dan Kementerian Lembaga Terkait (Bapanas dan Perum Bulog) Mengenai Kenaikan Harga Beras Tahun 2024 pada Media Online (Analisis SCCT pada Pemberitaan Media Online Kompas dan CNBC Indonesia)* menganalisis strategi pemerintah Indonesia dalam merespons krisis kenaikan harga beras tahun 2024. Penelitian ini menggunakan analisis isi pada pemberitaan media online seperti Kompas dan CNBC Indonesia. Berdasarkan teori SCCT, strategi *justification* adalah pendekatan yang paling dominan digunakan oleh pemerintah untuk menunjukkan tanggung jawabnya dalam meredam dampak negatif dari krisis tersebut (Zalzabilla, 2024).

Terakhir, Widyanto, Putri, dan Putri (2022) dalam penelitian mereka yang berjudul *Analisis Strategi Kemnaker RI dalam Merespon Terjadinya Krisis Berdasarkan Teori SCCT (Studi Kasus Penolakan Penerbitan Permenaker RI Nomor 2 Tahun 2022 tentang Tata Cara dan Persyaratan Pembayaran Manfaat Jaminan Hari Tua)* mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) RI untuk menghadapi krisis yang disebabkan oleh penolakan terhadap Permenaker Nomor 2 Tahun 2022. Penelitian kualitatif ini menemukan bahwa Kemnaker RI menggunakan kombinasi strategi seperti *denial*, *excuse*, *justification*, *rebuild*, dan *compensation* untuk mengatasi krisis (Widyanto, 2022).

Berdasarkan situasi tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang digunakan oleh Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri) dalam menangani permasalahan E-Meterai pada proses Pendaftaran Calon Aparatur Sipil

Negara (CASN) Tahun 2024 dengan menggunakan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Teori ini menjabarkan kerangka kerja untuk mengelola komunikasi selama krisis dengan menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan jenis krisis dan tingkat tanggung jawab organisasi. Krisis ini dapat dikategorikan sebagai krisis teknis yang mencerminkan tantangan operasional internal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif dengan metode penelitian *content analysis* (analisis isi). Pengambilan data dilakukan melalui portal situs web berita Detik.com. Teknik *purposive sampling* digunakan dengan mengambil data berita pada rentang waktu saat krisis muncul pada tanggal 5 September 2024 hingga batas pendaftaran administrasi CASN pada tanggal 10 September 2024. Alasan objek penelitian ini dipilih karena peristiwa tersebut telah memenuhi kriteria sebuah krisis, yaitu situasi yang tidak diantisipasi oleh instansi, organisasi, atau perusahaan. Jika tidak segera ditangani, dampak negatif yang muncul akan semakin besar dan dapat memengaruhi reputasi instansi, organisasi, atau perusahaan, seperti halnya yang terjadi pada Peruri.

Peneliti menggunakan teori *situation crisis communication* (SCCT) dalam penelitian ini. Dalam teori ini sebuah krisis dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama yaitu (1) krisis yang dipersepsikan sebagai tanggung jawab organisasi; (2) krisis yang dianggap sebagai kecelakaan; (3) krisis yang diakibatkan oleh faktor eksternal. Dalam manajemen komunikasi krisis, teori SCCT membagi strategi respons krisis menjadi empat strategi utama (Coombs, 2007), yaitu:

1. *Denial* (penyangkalan): Organisasi menyatakan bahwa mereka tidak menghadapi krisis, meskipun ada desas-desus yang menyebutkan sebaliknya. Dalam strategi ini, pesan yang disampaikan dapat berupa menyerang pihak yang menyebarkan klaim tersebut dan menyatakan bahwa klaim tersebut tidak benar.
2. *Diminishment* (mengurangi dampak): Organisasi mengakui keberadaan krisis, tetapi berupaya memperlemah hubungan antara organisasi dan krisis tersebut. Tindakan yang dapat dilakukan meliputi pemberian alasan dan pembenaran. Pada pemberian alasan,

organisasi mencoba mengurangi tanggung jawabnya dengan menjelaskan bahwa tidak ada niat untuk melakukan tindakan negatif.

3. *Rebuilding* (memperbaiki): Organisasi berusaha mengubah persepsi publik dengan meminta maaf dan menerima kenyataan bahwa krisis memang terjadi. Pendekatan yang dilakukan meliputi pemberian kompensasi, yaitu memberikan ganti rugi kepada pihak yang terdampak, serta permohonan maaf kepada publik.
4. *Reinforcement* (memperkuat): Organisasi berusaha mendapatkan dukungan publik dengan cara tertentu, seperti pengingat, yaitu mengingatkan publik tentang kontribusi positif yang telah dilakukan organisasi di masa lalu, memberikan pujian kepada pemangku kepentingan, atau menekankan hal-hal baik yang pernah dilakukan organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Jenis Krisis

Berdasarkan SCCT, krisis e-meterai pada pendaftaran CASN 2024 diklasifikasikan sebagai krisis teknis (*technical error crisis*). Krisis ini terjadi akibat kegagalan teknologi yang menyebabkan gangguan pada layanan E-Meterai.

Strategi Komunikasi Krisis yang Diterapkan

Pada saat krisis ini terjadi, Peruri tidak langsung memberikan tanggapannya terhadap krisis kendala E-Meterai. Melalui *website* resminya, Peruri baru memberikan tanggapannya melalui siaran pers terhadap krisis ini dengan menginformasikan bahwa layanan E-Meterai sudah bisa digunakan. Berdasarkan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), Peruri menggunakan strategi rebuilding atau perbaikan untuk menangani krisis ini. Peruri berusaha untuk menangani krisis ini dengan memperbaiki terlebih dahulu kendala E-Meterai, lalu menerbitkan siaran pers yang berisi bahwa krisis sudah ditangani.

Bolstering Strategy

Perum Peruri melalui *Head of Corporate Secretary* menyatakan telah melakukan persiapan dan peningkatan kapasitas infrastruktur hingga menyediakan *website* khusus untuk layanan pembelian E-Meterai. Namun, situs khusus tersebut yakni E-Meterai.com tidak bisa diakses. Dengan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa peruri menggunakan *Bolstering Strategy* dengan menunjukkan bahwa Peruri telah mempersiapkan dengan matang dukungan infrastruktur yang terbaru dalam

layanan pembelian E-Meterai sehingga dapat mempertahankan kepercayaan publik untuk pencapaian tujuan dalam jangka panjang (Afriyadi, 2024)

Rebuilding Strategy

Pada strategi ini, Peruri mengakui masalah dan meminta maaf, tentu akan membuat peruri mengambil tindakan perbaikan untuk memulihkan kepercayaan publik serta memastikan layanan berjalan lancar (Tarigan, 2024).

Diminishment Strategy

Diminishment strategy adalah salah satu strategi komunikasi krisis yang bertujuan untuk meminimalkan persepsi publik tentang dampak negatif atau kesalahan yang terkait dengan suatu krisis, strategi ini digunakan sebagai alasan pembenaran atas krisis yang sedang terjadi. Pemberitaannya mengutip pernyataan dari Instagram Peruri yang memberikan alasan *server E-Meterai down* sebab tingginya *traffic*. Belum ada aksi kompensasi, hanya *form* aduan (Ramadhanny, 2024).

Efektivitas Strategi Komunikasi

Jika melihat dari tipe krisis mengacu pada *Situational Crisis Communication Theory* yang merupakan *Accidental Cluster*, maka strategi komunikasi krisis yang diterapkan berhasil mengurangi eskalasi krisis baik di masyarakat maupun di media sosial. Hal ini juga ditunjang dari reputasi institusi Peruri sebelumnya, di mana Peruri memiliki reputasi perusahaan yang baik dan belum pernah mengalami krisis serupa maupun krisis lain yang mengganggu reputasi perusahaan.

Bahkan pada akhir 2024, Peruri meraih penghargaan *TOP Digital Awards* atas keberhasilan Peruri dalam mengadopsi teknologi terkini untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanannya (Purnama, 2024). Namun, penelitian ini menemukan bahwa beberapa respon publik melalui media sosial tetap menunjukkan ketidakpuasan akibat keterlambatan tanggapan awal dari pihak Peruri. Oleh karena itu, kecepatan dalam merespons krisis menjadi aspek yang perlu ditingkatkan.

KESIMPULAN

Dalam upaya menangani krisis terhadap kendala teknis layanan E-Meterai selama proses pendaftaran Calon Aparatur Sipil Negara (CASN) tahun 2024 ini, Peruri menerapkan

tiga strategi komunikasi krisis yakni *Bolstering Strategy* dengan menguatkan citra perusahaan dengan menunjukkan persiapan infrastruktur yang telah dilakukan untuk mendukung layanan E-Meterai. Pelaksanaan strategi ini kurang optimal karena masalah teknis tetap terjadi, *Rebuilding Strategy* dengan meminta maaf kepada publik atas kendala yang terjadi dan memberikan solusi melalui perbaikan layanan. Pendekatan ini bertujuan memulihkan kepercayaan publik terhadap perusahaan, dan *Diminishment Strategy* dengan memberikan penjelasan kepada publik bahwa gangguan layanan disebabkan oleh tingginya trafik pada server. Strategi ini membantu meminimalkan persepsi negatif terhadap Peruri, meskipun tidak sepenuhnya memuaskan pengguna.

Meskipun strategi yang diterapkan berhasil meredakan eskalasi krisis di media sosial, kecepatan dalam menanggapi krisis tersebut, Peruri menjadi perhatian utama. Keterlambatan dalam merespons situasi tersebut menyebabkan ketidakpuasan publik, yang dapat mempengaruhi reputasi Peruri. Pengalaman ini memberikan pelajaran berharga bagi Peruri dan organisasi lainnya dalam mengelola krisis komunikasi, khususnya di era digital yang semakin kompleks. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pentingnya manajemen krisis komunikasi yang efektif dalam menghadapi situasi darurat. Dengan mengkaji kasus krisis E-Meterai di Peruri melalui kerangka kerja SCCT, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi organisasi lain dalam mengelola krisis komunikasi yang serupa di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, A. D. (2024, September 04). *finance.detik.com*. Dipetik December 12, 2024, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7524315/peruri-klaim-siapkan-infrastruktur-pembelian-e-meterai-tapi-website-tetap-down>
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176.
- Peruri. (2024). Siaran Pers Terkait Gangguan Layanan E-Materai pada Pendaftaran CPNS 2024. Diambil kembali dari peruri.co.id.
- Purnama, B. E. (2024, December 09). Dipetik January 10, 2024, dari [mediaindonesia.com: https://mediaindonesia.com/humaniora/724712/peruri-raih-penghargaan-top-digital-awards-2024](https://mediaindonesia.com/humaniora/724712/peruri-raih-penghargaan-top-digital-awards-2024)

- Ramadhanny, F. (2024, September 04). Dipetik December 10, 2024, dari detik.com: <https://inet.detik.com/tips-dan-trik/d-7524231/e-meterai-cpns-2024-peruri-error-ini-cara-pengaduannya>
- Suryanto, M. A. (2024). Manajemen Krisis pada Humas Direktorat Jenderal Sumber Daya Air Kementerian Pekerjaan Umum Perumahan Rakyat dalam Upaya Menghadapi Fenomena El Nino di Indonesia (Doctoral dissertation). Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Tarigan, Y. (2024, September 05). Dipetik December 10, 2024, dari detik.com: <https://www.detik.com/sumut/berita/d-7525581/heboh-pendaftaran-cpns-terkendala-karena-e-meterai-peruri-buka-suara>
- Tim Komunikasi Publik BKN. (2024). Panduan Pendaftaran CPNS 2024. Jakarta: Badan Kepegawaian Negara.
- Widyanto, G. P. (2022). Analisis Strategi Kemnaker RI dalam Merespon Terjadinya Krisis Berdasarkan Teori SCCT (Studi Kasus Penolakan Penerbitan Permenaker RI Nomor 2 Tahun 2022 tentang Tata Cara dan Persyaratan Pembayaran Manfaat Jaminan Hari Tua). *BroadComm*, 4(2), 40-50.
- Zalzabilla, Z. C. (2024). Strategi Respon Krisis Pemerintah Dan Kementerian Lembaga Terkait (Bapanas dan Perum Bulog) Mengenai Kenaikan Harga Beras Tahun 2024 pada Media Online (Analisis SCCT pada Pemberitaan Media Online Kompas Dan CNBC Indonesia) (Doctoral dissertation). Universitas Muhammadiyah Surakarta.