

SOROT REPUTASI DALAM KOMUNIKASI KRISIS BADAN KEPEGAWAIAN NEGARA: STUDI KASUS KECURANGAN SELEKSI CASN TAHUN 2021

Welly Wirman¹, Ringgo Eldapi Yozani², Sandro³

^{1,2} Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

³ Kantor Regional XII Badan Kepegawaian Negara, Pekanbaru, Indonesia

Email Korespondensi : welly.wirman@lecturer.unri.ac.id

Diterima: 10 Juni 2024

Direvisi: 15 Juli 2024

Disetujui: 30 September 2024

Abstrak

Seleksi CASN tahun 2021 dikejutkan dengan kasus kecurangan yang dilakukan oleh beberapa peserta dan oknum PNS serta doxing akun Twitter Abel Kate yang membuat tagar BKNsarangMaling menjadi trending topic. Peristiwa ini menyebabkan krisis terhadap Badan Kepegawaian Negara (BKN), sehingga dapat mengancam reputasi organisasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis bagaimana komunikasi krisis BKN dalam membangun reputasi organisasi dengan menggunakan konsep Situational Crisis Communication dan Image Repair Theory. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menangani krisis, Humas BKN menggunakan strategi menyangkal atau penolakan terhadap tuduhan (*denial*), menghindari tanggung jawab atas tindakannya (*Evasion of responsibility*), meminimalisir persepsi negatif (*Reduce of Offensiveness*), melakukan perbaikan atas kondisi yang terjadi (*Correction Action*) dan strategi respon krisis bolstering untuk memuji stakeholders dan menginformasikan prestasi organisasi kepada publik.

Kata Kunci: komunikasi krisis, public relation, reputasi organisasi, seleksi casn

Abstract

The 2021 CASN selection was shocked by cases of cheating committed by several participants and civil servants as well as doxing of Abel Kate's Twitter account which made the hashtag BKNsarangMaling a trending topic. This incident caused a crisis for the Badan Kepegawaian Negara (BKN) which could threaten the organization's reputation. This research uses descriptive qualitative methods to analyze how BKN crisis communication builds the organization's reputation using the concepts of Situational Crisis Communication and Image Repair Theory. The results of this research inform that in handling the crisis, BKN Public Relations used the strategy of denying or rejecting accusations (denial), avoiding responsibility for its actions (Evasion of responsibility), minimizing negative perceptions (Reduce of Offensiveness), making improvements to the conditions that occurred (Correction Action) and bolstering crisis response strategies to praise stakeholders and inform the public of organizational achievements. Abstract written in one paragraph. Abstract contains background, research method, results and discussion, and conclusions.

Keywords: crisis communication, public relation, organizational reputation, casn selection

PENDAHULUAN

Seleksi Kompetensi Dasar (SKD) Calon Aparatur Sipil Negara pada Bulan Oktober tahun 2021 lalu harus dikejutkan dengan pemberitaan adanya tindak kecurangan di beberapa titik lokasi ujian. Melansir dari berita detiknews.com pada tanggal 28 Oktober 2021 disampaikan bahwa kasus kecurangan seleksi CASN akhirnya terbongkar di Kabupaten Buol, Sulawesi Tengah dengan modus *remote access*, sanksi dan pidana sudah disiapkan kepada para pelaku (Sanjaya et al., 2022). BKN menemukan indikasi kecurangan setelah melakukan audit trail pada aplikasi *Computer Assisted Test* (CAT) yang digunakan oleh para peserta (Aprillya, 2021).

Namun tidak berhenti sampai disitu, pada awal-awal pemberitaan diungkapkan bahwa terdapat 225 peserta yang diduga melakukan kecurangan. Peserta ini berasal dari 9 (Sembilan) titik lokasi ujian di Pulau Sulawesi dan Lampung. Hasil wawancara yang dilakukan oleh siaran berita *Primetime News Metro TV* kepada Kepala BKN Bima Haria Wibisana pada tanggal 25 Oktober 2021 disebutkan bahwa BKN, dari rekaman CCTV yang didapat modus yang dilakukan adalah pada saat malam hari Kepala BKPSDM Buol mencoba masuk ke ruangan ujian. Setelah masuk pelaku mencoba melakukan pemasangan aplikasi *remote access* pada beberapa komputer yang digunakan oleh peserta (M. A. Najib & Bahfiarti, 2023) .

Hasil penelitian La Didi, dkk (2023) menunjukkan bahwa, meski telah diupayakan pemahaman dan pelaksanaan yang memenuhi standard dan sasaran kebijakan, namun masih ada kecurangan dalam proses rekrutmen calon pegawai

negeri sipil. serta rendahnya tingkat transparansi dalam pelaksanaan rekrutmen dan seleksi, dapat menimbulkan peluang pilih kasih dan nepotisme (Azzahra et al., 2024). Dalam penelitian Ani Novitasari, dkk (2023) menyebutkan hanya sekitar 50% peserta FGD yang percaya akan kemampuan diri mereka sendiri dan sangat takut tentang ketidakadilan pelaksanaan CASN. Masyarakat menilai proses dan prosedur rekrutmen cenderung diwarnai oleh praktik sistem rampasan, yang masih cenderung mendorong korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN), sehingga rendahnya kualitas PNS (M. A. R. Najib, 2023). Pandangan negatif dari masyarakat terhadap proses seleksi untuk menjadi PNS harus dilakukan dengan cara menyogok atau menyuap oknum tertentu untuk menggunakan wewenangnya secara tidak etis (Cahyadewi et al., 2023).

BKN sebagai salah satu lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam dalam keberhasilan reformasi birokrasi (Aryani et al., 2024). Dengan tugas utama yakni menyempurnakan, memelihara, dan mengembangkan administrasi negara di bidang kepegawaian untuk mencapai kelancaran jalannya pemerintah (Peraturan, 1972). Sebagai pencetus aplikasi CAT yang dibangun sejak tahun 2006. Dalam buku "CAT BKN Untuk Indonesia", dijelaskan bahwa untuk mendapat ASN yang kompeten yaitu dengan cara merekrut CPNS yang terlaksana dengan profesional dan transparan. Melalui CAT, BKN berharap bahwa pelaksanaan penerimaan CPNS dan PPPK dapat terlaksana dengan transparan, kompetitif dan akuntabel. Namun masih banyak terjadinya penyelewengan wewenang yang dilakukan oknum dari panitia seleksi dan

peserta Calon Pegawai Negeri Sipil (Annisa, 2023).

Secara signifikan, kecurangan berdampak terhadap reputasi suatu organisasi dan berkaitan dengan kepercayaan masyarakat sebagai faktor utama tolak ukur kredibilitas suatu organisasi (Susanto, 2024). Potensi penurunan kepercayaan masyarakat terhadap BKN dalam pelaksanaan seleksi menggunakan metode CAT sangat tinggi akibat kasus kecurangan tersebut. Keadaan semakin parah ketika sebuah utas dengan tagar “BKNsarangMaling” mencuat sebagai *trending topic* pada media sosial Twitter. Pada unggahan milik el diablo aka ABEL KATE dengan nama akun @txtdaridgmbk menyebutkan bahwa ada tindakan kecurangan seleksi CASN hingga peserta mendapatkan nilai tertinggi. Dalam utasannya akun tersebut bahkan sampai menuduh ada oknum-oknum BKN yang terlibat dalam praktik kecurangan. Menanggapi hal tersebut, berbagai opini dan reaksi negatif masyarakat seketika muncul di permukaan media sosial Twitter.

Kasus kecurangan Seleksi CASN yang mencuat di kalangan publik seakan menimbulkan sentimen negatif terhadap instansi BKN. Dominasi pemberitaan negatif berpeluang menimbulkan krisis pada organisasi atau instansi pemerintah (M. A. Najib & Bahfiarti, 2023). Pada kondisi ini dapat dikatakan bahwa BKN mengalami situasi krisis. Krisis memang tidak terduga kapan dan dimana akan datang. Namun pada saat krisis, perhatian publik akan tertuju pada organisasi tersebut dengan adanya pemberitaan dari media massa. Krisis adalah peristiwa yang memiliki nilai berita. Menurut Coombs & Holladay (2010) krisis merupakan persepsi pada suatu kejadian yang dapat mengancam harapan pemangku-pemangku

kepentingan (*stakeholders*) sehingga berdampak terhadap kinerja organisasi. Krisis pada dasarnya adalah sebuah persepsi. Jika pemangku kepentingan mempercayai dengan adanya krisis, maka organisasi masuk ke dalam krisis. Tetapi lain halnya apabila pengurus organisasi mampu meyakinkan stakeholder jika krisis itu tidak benar terjadi.

Reputasi organisasi jelas sangat dipertaruhkan ketika kondisi krisis sedang melanda. Keinginan BKN dalam membangun sistem seleksi CASN yang bersih dari praktik KKN sudah jelas menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat. Hal ini merupakan kondisi yang membutuhkan kecepatan dan ketepatan dalam menanganinya. Kepercayaan publik memberikan legitimasi kepada pemerintah dan keputusannya (Zein, 2023a). Kepercayaan publik harus dikembalikan secepatnya agar perwujudan menciptakan *Good Governance* dapat terealisasi dengan baik. Penting untuk menciptakan sistem pemerintahan yang akuntabel dapat menjalankan roda pemerintahan dengan baik dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan rakyat (Zein, 2023b). Dalam kondisi ini BKN membutuhkan perencanaan komunikasi krisis yang dapat membantu pemulihan reputasi organisasi.

Mengelola informasi menjadi begitu penting untuk mencapai efektifitas dalam komunikasi khususnya dalam menyampaikan pesan esensial bagi para pemangku kepentingan yang relevan (Yuanita, 2021). Sebuah hubungan timbal balik diharapkan mampu didapatkan melalui proses komunikasi. Sebuah komunikasi dapat dikatakan efektif apabila komunikasi dapat menyelesaikan konflik. Efektif yang dimaksud adalah jika komunikator serta komunikan mempunyai maksud yang sama

mengenai sebuah makna pesan. “*The Communication is in tune*” diartikan sebagai pengertian yang sama pada kedua belah pihak yang berkomunikasi (D. Mulyana, 2008).

Menurut Riadi (2022), reputasi organisasi atau Perusahaan merupakan suatu bentuk persepsi, penilaian atau evaluasi konsumen terhadap kemampuan organisasi menurut reaksinya terhadap penggunaan jasa dan produk, pelayanan serta komunikasi begitu juga dengan interaksi sehingga dapat membentuk citra pada kondisi masa lalu dan peluang di kemudian hari.

Masifnya penggunaan dan aktivitas di media sosial sering kali menuntut suatu organisasi dan perusahaan secara cepat dan tanggap menghadapi isu-isu yang mempengaruhi reputasinya. *Image Repair Theory* yang dikemukakan oleh Benoit (1995) tentang alternatif komunikasi yang dapat digunakan oleh organisasi ketika menghadapi ancaman terhadap penurunan reputasi pada akhirnya seringkali menjadi cara lama yang digunakan sebagai upaya untuk menangani krisis semacam ini.

Meski secara khusus IRT memang tidak dikembangkan dalam komunikasi krisis, namun pada kenyataannya dapat diaplikasikan dalam situasi krisis yang mengancam reputasi. Adapun strategi yang dikemukakan dalam IRT meliputi: (1) *Denial*, yaitu strategi menyangkal atau melimpahkan kesalahan pada pihak lain, (2) *Evasion of responsibility*, adalah strategi menghindari tanggung jawab atas tindakannya berupa provokasi atau kecelakaan, kemudian (3) *Reduce of Offensiveness*, merupakan strategi meminimalisir persepsi negatif dengan teknik persuasi dan memberi keyakinan pada

publik bahwa kejadian ini tidak seburuk yang dibayangkan. Selanjutnya (4) *Correction Action*, adalah strategi melakukan perbaikan atas kondisi yang terjadi, dan (5) *Mortification* yaitu strategi meminta maaf atas kejadian yang telah dilakukan.

Tidak hanya itu untuk memahami situasi dan memaksimalkan perlindungan reputasi saat mengadakan komunikasi krisis, diperlukan *frame-work* melalui *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Menurut Coombs (2007), SCCT digunakan sebagai kerangka kerja oleh praktisi Humas untuk menjelaskan reaksi publik terhadap situasi krisis yang mempengaruhi reputasi organisasi. SCCT juga membantu organisasi untuk memahami respon pemangku kepentingan pada strategi krisis (*crisis response*) yang dilaksanakan oleh praktisi Humas, dimana dalam suatu tim manajemen krisis Humas biasanya mengambil peran selaku manajer krisis (Darussalam et al., 2021). Melalui respon pemangku kepentingan organisasi akan menetapkan evaluasi stakeholder yang akan berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Kemudian selama sepanjang upaya penanganan masa krisis yang dilakukan organisasi atau perusahaan akan menentukan apakah para pemangku kepentingan akan tetap berinteraksi dengan organisasi tersebut di masa yang akan datang atau tidak (Kriyantono, 2014).

Teori SCCT berorientasi pada reputasi dalam menghadapi terpaan krisis. Reputasi berkaitan erat dengan hasil evaluasi publik yang diperoleh melalui upaya suatu organisasi dalam memenuhi harapan publik. Coombs (2007) juga mengatakan bahwa reputasi merupakan aset yang bernilai dan bersifat *intangibile* atau tak terlihat secara fisis yang dibentuk berdasarkan tiga variabel,

yakni: (1) Penanggung jawab krisis pertama (*initial crisis responsibility*) untuk mengevaluasi kepercayaan publik yang meyakini bahwa krisis murni terjadi karena kesalahan organisasi, (2) Sejarah krisis (*crisis history*) untuk melihat riwayat organisasi terhadap situasi krisis yang sama di masa lalu, dan (3) Reputasi organisasi sebelumnya (*prior relational reputation*) untuk mengevaluasi persepsi publik terhadap organisasi dalam menangani situasi krisis dimasa lalu.

SCCT membagi respon krisis kedalam dua kategori, yakni strategi respon primer (*primary crisis response strategies*) yakni upaya pertama yang dilakukan saat menghadapi krisis dengan 3 cara yakni: (1) penyangkalan (*denial*), upaya menghindari keterlibatan organisasi atas krisis yang terjadi, (2) pengurangan (*diminish*), upaya meyakinkan publik dan pemangku kepentingan bahwa krisis yang terjadi tidak sepenuhnya tanggung jawab organisasi, (3) pembangunan kembali (*rebuild*), upaya membangun citra positif mengenai organisasi. Kemudian strategi respon sekunder (*secondary crisis response strategies*) sebagai kategori kedua dalam merespon krisis merupakan upaya kedua yang dilakukan untuk menghadapi krisis dengan penguatan (*bolstering*) yakni, upaya yang mengikutsertakan eksternal *stakeholders* untuk memberi dukungan dan penguatan bagi organisasi saat menghadapi situasi krisis yang sedang dihadapi.

Penulis menilai bahwa publik menaruh harapan besar dalam transparansi Seleksi CASN melalui metode CAT BKN, karena menjadi profesi ASN pada saat ini masih menjadi favorit para pencari kerja (M. A. R. Najib, 2023). Berdasarkan survei

dari kotadata.co.id, mendaftar untuk menjadi PNS menempati urutan kedua di sektor dengan tingkat korupsi yang tinggi dengan total 41% di bawah ketika berhadapan dengan polisi dengan total 44% responden, hal ini membuktikan rendahnya tingkat kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah dalam proses rekrutmen CASN (M. A. R. Najib, 2023). Maka dari itu langkah-langkah atau strategi yang digunakan oleh BKN dalam menangani kondisi krisis menjadi hal penting untuk diteliti agar dapat menganalisis komunikasi krisis BKN dalam membangun reputasi organisasi akibat kasus kecurangan Seleksi CASN tahun 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi krisis dapat didefinisikan sebagai persepsi suatu kejadian yang tidak dapat diprediksi oleh sebuah organisasi. Kondisi tersebut dapat mengancam dan mempengaruhi kinerja organisasi dan berujung pada hasil yang negatif. Dalam penanganan krisis, dibutuhkan kemampuan mengelola informasi untuk dapat melakukan komunikasi yang tepat sebagai bentuk respon terhadap terpaan krisis. Komunikasi krisis di dalam kajian *public relations* adalah jenis tindakan terukur untuk merespon sebuah situasi krisis yang mengancam reputasi sebuah organisasi. Kasus kecurangan Seleksi CASN yang terjadi pada tahun 2021 dapat dikategorikan kondisi krisis terhadap organisasi BKN. Dalam menghadapi kondisi tersebut Biro Hubungan Masyarakat, Hukum dan Kerjasama (BHHK) BKN adalah unit kerja yang bertanggung jawab dalam mengimplementasikan strategi komunikasi

krisis untuk merespon kondisi krisis yang terjadi.

Berdasarkan latar belakang penelitian, pada bulan Oktober tahun 2021 publik dikejutkan dengan kasus kecurangan dalam Seleksi CASN yang terjadi pada 9 (Sembilan) titik lokasi ujian. Kemudian hal tersebut diperparah dengan adanya ratusan postingan (cuitan) @txtdaridgmbk alias Abel Kate pada media sosial Twitter hingga pada akhirnya tagar BKNsarangMaling menjadi *trending topic* di Indonesia pada media sosial Twitter akibat dari kasus kecurangan Seleksi CASN yang telah terjadi. Kondisi ini sudah mencerminkan bahwa krisis sudah masuk ke dalam tahap akut.

Menurut temuan penelitian dijelaskan bahwa akun Abel Kate secara sengaja melakukan *doxing* bahwa BKN telah melakukan kecurangan terhadap Seleksi CASN. Karena tidak ada tanggapan dari pihak BKN, akhirnya akun tersebut menyebutkan lagi bahwa terdapat oknum-oknum BKN yang terlibat dalam kasus yang sedang diperbincangkan. Menurut pihak BKN bahwa serangan tersebut hanya fitnah semata tanpa bukti yang jelas.

Dalam identifikasi krisis yang dilakukan oleh Humas BKN ditemukan bahwa penggagas tagar-tagar bersentimen negatif adalah sekelompok *buzzer* yang bekerja secara terorganisir untuk membuat kegaduhan dalam proses seleksi CASN tahun 2021. Isu negatif yang disebar adalah seputar kecurangan seleksi CASN yang melibatkan oknum pegawai BKN. Berdasarkan hasil analisis pihak BHHK, *buzzer* tersebut ditengarai adalah pesanan oleh pihak tertentu yang menginginkan pelaksanaan Seleksi Kompetensi Dasar (SKD) pada gelaran seleksi CASN tahun 2021 diulang akibat

adanya peserta yang melakukan kecurangan. BKN menganggap diksi-diksi yang dilontarkan oleh *buzzer* diarahkan pada ketidakseriusan BKN dalam melaksanakan seleksi CASN.

Kegaduhan yang memang sengaja dirancang oleh kelompok *buzzer* untuk menimbulkan krisis di BKN pada awalnya berhasil menyita perhatian publik dengan total keterlibatan pengguna Twitter yang cukup banyak. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Harmoko & Purwaningrum (2022) bahwa perkembangan teknologi menuntut kekuatan politik di Indonesia mengelola isu dengan memakai media sosial agar sejalan dengan tujuannya. Tagar menjadi salah satu fitur yang hampir diseluruh media sosial pasti sediakan untuk membahas satu topik tertentu secara masif dan massal. Semakin banyak penggunaan tagar dengan topik yang sama menunjukkan topik tersebut menjadi isu dan opini yang semakin penting untuk di selesaikan.

Menanggapi hal tersebut Kepala BKN memberikan kewenangan kepada Biro Humas, Hukum dan Kerjasama (BHHK) untuk menangani krisis yang dialami. Dalam momen ini juga terjadi penunjukkan Kepala BHHK Satya Pratama untuk menjadi juru bicara (*spoke person*) yang mewakili BKN dalam memberikan informasi yang terkait. Penunjukkan *spoke person* juga dilakukan oleh PT. Lion Mentari dalam kasus jatuhnya pesawat Lion Air JT-610 sebagaimana pada penelitian Amali (2019). Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa penunjukkan CEO PT. Lion Mentari diputuskan berdasarkan kredibilitas dan *news value* yang tinggi terkait krisis yang terjadi. Penunjukkan juru bicara juga dilakukan oleh Universitas Riau dalam penanganan krisis konflik antar

fakultas untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan dan klarifikasi isu (Wirman et al., 2021). Penunjukkan juru bicara menjadi hal yang sangat penting dalam upaya penanganan krisis untuk menyampaikan informasi kepada publik. Menurut Anthonissen dalam Imran (2017) bahwa organisasi harus menentukan juru bicara. Orang tersebut harus berada dalam peran manajemen atau hubungan masyarakat. Mampu bersikap tenang dan membuat artikulasi kata-kata dengan jelas.

Selanjutnya dalam menolak (*denial*) tuduhan keterlibatan kasus kecurangan, BKN menggunakan strategi menyerang penuduh (*attack the accuser*) dalam hal ini pemilik akun Twitter @txtdaridgmbk alias Abel Kate dengan melaporkan akun buzzer tersebut kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan dalil pelanggaran Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan dan Transaksi Elektronik. BKN mengadukan konten negatif yang dibuat oleh *buzzer* kepada Kementerian Kominfo untuk kemudian dilakukan pemblokiran akun secara permanen. Salah satu ciri-ciri utama dalam kondisi krisis adalah adanya ketidakpastian informasi yang didapat oleh publik. Humas BKN menggunakan strategi keterbukaan informasi untuk mengatasi berita bohong (T. Mulyana, 2020). Ketidakpastian ini seringkali berujung pada munculnya berita bohong (*hoax*). Menurut Fink dalam Puspitasari (2016) kondisi membanjirnya informasi sesungguhnya dapat menciptakan ketidakpastian, yang dapat berujung pada hilangnya kredibilitas organisasi.

Langkah berikutnya yang dilakukan BKN dalam memulihkan menangani krisis adalah *Evasion of responsibility* yaitu strategi

menghindari tanggung jawab atas tindakannya. Setelah melakukan koordinasi secara internal untuk mengumpulkan data-data mengenai fakta yang terjadi di lapangan, BKN berusaha merespon dengan cepat atas isu yang beredar melalui Siaran Pers Nomor: 036/Rilis/BKN/X/2021 yang menjelaskan bahwa kejadian kecurangan pada SKD CASN di titik lokasi Kabupaten Buol dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dan ingin merusak sistem seleksi CASN Nasional dengan modus remote access. BKN akan menyelidiki dugaan oknum pegawai yang terlibat dalam kasus kecurangan. Jika memang ternyata terbukti maka BKN akan menjatuhkan sanksi yang sesuai dengan perbuatannya. Selanjutnya BKN juga akan mendiskualifikasi kepada peserta yang terbukti curang. Dalam melakukan penyelidikan BKN bekerja sama dengan Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) dan Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) serta mendapat dukungan penuh dari Panitia Seleksi Nasional (Panselnas) Pengadaan CASN Tahun 2021.

Penting bagi Humas untuk mengumpulkan fakta dan memberikan sejenis gambaran yang ringkas mengenai lingkup krisis yang sedang dihadapi, hingga memetakan dampak yang akan muncul. Gambaran ringkas tersebut harus disampaikan kepada pengambil keputusan dalam organisasi. Tim penanganan krisis yang dibentuk juga akan mendapatkan gambaran mengenai *stakeholders* yang harus dihubungi untuk menjalin kerjasama dalam penanganan krisis, cara menangani dan pembagian tugas masing-masing (Puspitasari, 2016).

Dalam rangka meminimalisir persepsi negatif (*Reduce of Offensiveness*), BKN menggunakan teknik persuasi dan memberi keyakinan pada publik bahwa kejadian ini tidak seburuk yang dibayangkan. BKN mengaplikasikan konsep *white campaign* sebagai salah satu cara mengurangi tagar bersentimen negatif di media sosial Twitter. Dalam melaksanakan kegiatan ini BKN menggunakan konsultan sebagai pihak yang membantu menyebarkan berita positif seputar pelaksanaan seleksi CASN. Hal ini sejalan dengan pernyataan Steven Fink dalam Fajar (2011) bahwa organisasi dapat menggunakan konsultan krisis yang profesional demi membentuk keadaan yang lebih baik dalam menghadapi suatu krisis.

Saat melakukan tugasnya konsultan menerima konsep berita positif yang disusun oleh tim Humas untuk kemudian disebarluaskan melalui media sosial Twitter. Salah satu tagar positif yang berhasil menjadi *trending topic* di Twitter Indonesia adalah #sistemCATaman. Pada kampanye ini BKN sedang berusaha meyakinkan publik bahwa sistem CAT yang digunakan pada seleksi CASN aman untuk digunakan. Kemudian tagar lainnya yang BKN serukan adalah #BKNFokusSKB yang tujuannya menginformasikan bahwa BKN tetap fokus dalam melanjutkan proses seleksi CASN ke tahap berikutnya dan mengingatkan peserta yang lulus SKD untuk melakukan persiapan menghadapi SKB.

Menurut istilah linguistik, tagar berguna sebagai ambang batas antara teks dan metatext serta menarik langkah-langkah yang sebelumnya tidak terlihat dari katalogisasi dan pengindeksan ke tempat terbuka. Saat ini tagar telah menjadi elemen yang mengikat antara komunikasi dan kode

komputer sehingga tanda hash secara efektif dan populer memperlihatkan suatu kenyataan yang mulai muncul di luar layer dan tampilan (Bernard dalam Arenggoasih, 2020). Penggunaan tagar yang dilakukan oleh BKN sangat berkaitan dengan penjelasan Nikodemus dalam Harmoko & Purwaningrum (2022) yang menyebutkan bahwa kemunculan tagar yang masif dalam dalam menanggapi berbagai isu dan fenomena sosial, mampu memunculkan gerakan sosial di masyarakat.

Kegiatan *white campaign* yang dilakukan oleh Humas BKN adalah menjadi bagian yang penting dalam menangani krisis. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Fajar (2011) yang menyatakan bahwa komunikasi seharusnya bersifat proaktif dan tidak defensif dalam menangani sebuah krisis. Kemudian Humas juga dituntut berperan aktif dalam melakukan pendekatan *community relations* dan mencapai solusi. Sebagaimana juga yang dijelaskan oleh Cutlip dan Jefkins bahwa Public Relations atau Humas melalui komunikasi dan teknik persuasi publik internal dan eksternal harus mampu mengkomunikasikan kebijakan dan membangun hubungan yang efektif.

Humas BKN memilih saluran media sosial Twitter sebagai wadah komunikasi *white campaign* berdasarkan *Social Network Analysis* (SNA) yang dilakukan bersama konsultan. Aktivitas ini sesuai dengan penjelasan Anthonissen dalam Imran (2017) yang menyebutkan bahwa dalam merencanakan komunikasi krisis proaktif yang jelas dan ringkas maka diperlukan panduan untuk menggunakan pesan yang benar. Diantaranya adalah (1) *to whom that message should be told* atau kepada siapa pesan itu harus diberitahukan, (2) *who should tell it* atau

siapa yang harus menceritakannya dan (3) *the right time to tell it* atau waktu yang tepat untuk menceritakannya. Faktor-faktor ini yang menguatkan BKN memilih konsultan untuk melancarkan *white campaign* di media sosial Twitter.

Tahap berikutnya yang dilakukan BKN dalam menangani krisis menurut IRT adalah *Correction Action* yaitu melakukan perbaikan atas kondisi yang terjadi dengan dikeluarkannya Surat Edaran Kepala BKN Nomor 8 tahun 2022 tentang Prosedur Tambahan Seleksi dengan Metode CAT yang bertujuan untuk mempertahankan reputasi CAT demi menghasilkan ASN yang berkualitas. Langkah ini menjadi sangat penting sebagai upaya mengantisipasi munculnya kejadian yang sama di kemudian hari.

Kemudian dalam rangka menyebarkan informasi mengenai langkah mitigasi kecurangan yang telah diformalkan dalam bentuk penambahan prosedur ini, Sebagian besar BKN telah mempublikasikannya melalui media sosial Instagram. Media ini dipilih karena dianggap efektif dalam menjangkau perhatian publik khususnya peserta seleksi CASN. Hal ini sejalan dengan penjelasan Fink dalam Puspitasari (2016) yang menyebutkan bahwa dalam proses komunikasi krisis penting untuk melakukan persiapan yang dikemas dalam skema perencanaan komunikasi krisis. Dalam skema ini, penting juga untuk menyusun data yang bersifat komprehensif yang berkaitan dengan kemungkinan-kemungkinan krisis yang terjadi dan data faktual mengenai apa yang pernah dihadapi oleh BKN dan cara menanganinya. Pada komunikasi krisis melalui media penting

diperhatikan mengenai apa yang dikatakan dan bagaimana cara mengatakannya.

Berdasarkan temuan penelitian selanjutnya diketahui bahwa BKN tidak menggunakan strategi *Mortification* yaitu strategi meminta maaf atas kejadian yang telah dilakukan. Dalam kasus kecurangan Seleksi CASN tahun 2021 BKN merasa sudah menjadi korban. Walaupun tidak menampik adanya oknum yang terlibat, BKN akan menindak tegas oknum tersebut dan melaporkannya kepada aparat penegak hukum. Upaya penanganan yang dilakukan BKN dapat menimbulkan berbagai atribusi publik mengenai pihak yang bertanggung jawab. Menurut Coombs (2007), atribusi publik dapat dibagi menjadi tiga kluster yakni, (1) Kluster korban (*victim cluster*) anggapan bahwa organisasi tersebut bukanlah penyebab krisis terjadi sehingga menempatkannya sebagai pihak yang dirugikan (korban). (2) Kluster tanpa kesengajaan (*accidental cluster*) anggapan bahwa krisis yang terjadi adalah kecelakaan yakni situasi yang terjadi tanpa kesengajaan oleh organisasi. (3) Kluster kesengajaan (*intentional cluster*), anggapan bahwa organisasi adalah penyebab terjadinya krisis.

Dalam upaya menguatkan strategi yang diterapkan oleh BKN dalam mengembalikan reputasi organisasi, Humas BKN menggunakan strategi respon krisis *bolstering*. Strategi ini merupakan jenis strategi sekunder yang tidak bisa gunakan sendirian. Artinya organisasi harus terlebih dahulu menerapkan strategi respon primer seperti *rebuild* (pembangunan kembali) sehingga dapat menciptakan persepsi positif di mata publik (Coombs, 2007). Berdasarkan temuan penelitian BKN secara rutin memberi tahu kepada publik mengenai segala prestasi

yang diraih oleh organisasi pada website resmi dan media sosial miliknya. Hal ini sengaja dilakukan sebagai pengingat bahwa organisasi mampu berprestasi sehingga nantinya diharapkan mendapatkan penilaian positif dari publik.

Langkah penguatan berikutnya adalah BKN memuji dan berterima kasih kepada *stakeholders* atas bantuannya dalam penanganan krisis. Berdasarkan temuan penulis melalui situs bkn.go.id, bahwa BKN pernah mengapresiasi kinerja Kepolisian yang dituangkan dalam Siaran Pers Nomor: 005/RILIS/BKN/IV/2022 tanggal 25 April 2022 yang berisi apresiasi kerja keras Bareskrim Polri melalui Tim Satgas Anti KKN CPNS 2021 dalam mengusut kecurangan rekrutmen CASN tahun 2021. Menurut Amali (2019) pentingnya mengapresiasi atas kinerja stakeholder adalah upaya untuk menjaga hubungan yang sinergi.

Meski telah melakukan semua tahap dalam strategi manajemen isu, Biro Humas BKN telah melakukan semua tahap dalam strategi manajemen isu. Meskipun begitu langkah penanganan isu di instansi pemerintah cenderung terbatas dan bersifat situasional (Ariesta, 2017). Hal ini terlihat dari perkembangan strategi humas pemerintah pada era milenial yang lebih mengutamakan peningkatan aspek kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan dengan pemanfaatan *platform* media konvensional dan media digital yang bertujuan untuk mewujudkan layanan komunikasi dan informasi publik yang efektif dan berkualitas dalam mendukung tata kelola informasi publik yang terbuka. Hal ini merupakan optimalisasi dalam rangka mencapai transformasi lembaga kehumasan

pemerintah untuk berperan aktif pada pengelolaan kebijakan komunikasi strategis pimpinan dan lembaga (Nugraha et al., 2022).

PENUTUP

Berdasarkan temuan penelitian disimpulkan bahwa krisis yang terjadi di BKN diakibat oleh penemuan kecurangan beberapa oknum peserta dalam Seleksi Kompetensi Dasar (SKD) seleksi CASN tahun 2021 di Kabupaten Buol dengan modus *remote access*. Kemudian dilanjutkan dengan *doxing* yang dilakukan oleh akun @txtdaridgmbk alias Abel Kate pada media sosial Twitter yang membuat tagar BKNsarangMaling menjadi *trending topic*.

Upaya Humas BKN dalam mengatasi krisis adalah dengan menggunakan komunikasi krisis yang berorientasi untuk membangun reputasi akibat kasus kecurangan seleksi CASN tahun 2021 dengan menggunakan strategi *Image Repair Theory* dan *Situational Crisis Communication Theory*. Berikut adalah strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Humas BKN dalam menangani krisis: (1) Melakukan penolakan (*denial*) terhadap tuduhan keterlibatan BKN dalam kasus kecurangan tersebut. *Doxing* yang dilakukan oleh *buzzer* Abel Kate dianggap sebagai tuduhan yang tidak memiliki bukti yang valid yang melanggar Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan dan Transaksi Elektronik. Sehingga BKN meminta Kementerian Kominfo untuk dilakukan pemblokiran akun secara permanen. Penolakan ini termasuk ke dalam kategori strategi menyerang penuduh (*attack the accuser*). (2) Mengaplikasikan strategi menghindari tanggung jawab atas

tindakannya (*Evasion of responsibility*) melalui Siaran Pers yang dirilis untuk menjelaskan kepada publik bahwa kasus kecurangan ini dilakukan untuk merusak sistem seleksi CASN dengan modus *remote access* oleh oknum yang tidak bertanggung jawab (3) Menerapkan *Reduce of Offensiveness* yang bertujuan untuk meminimalisir persepsi negatif dengan cara bekerja sama dengan konsultan yang profesional untuk membuat kegiatan *white campaign*. Kegiatan ini dimaksudkan sebagai teknik persuasi BKN dalam meyakinkan publik dengan menyebarkan tagar-tagar yang bermuatan positif tentang pelaksanaan seleksi CASN. (4) Melakukan perbaikan atas kondisi yang terjadi (*Correction Action*) dengan menerbitkan Prosedur Tambahan Seleksi dengan Metode CAT. Langkah ini merupakan upaya untuk mengantisipasi munculnya kejadian yang sama di kemudian hari. (5) Sebagai langkah pengingat (*reminder*) BKN secara rutin memberitahukan kepada publik mengenai prestasi-prestasi yang didapatkan oleh organisasi dengan tujuan mendapatkan penilaian positif. (6) Memuji (*ingratiation*) pihak-pihak yang telah membantu BKN dalam menangani krisis yang dituangkan ke dalam siaran pers. Apresiasi terhadap *stakeholders* tersebut merupakan langkah untuk menjaga hubungan organisasi.

Sementara itu saran yang dapat peneliti rekomendasikan adalah dalam menangani krisis BKN perlu membentuk tim penanganan krisis secara formal sehingga dapat bekerja secara maksimal. Kemudian BKN perlu mengevaluasi atas langkah-langkah komunikasi krisis untuk mendapatkan gambaran mengenai efektifitas pemulihan reputasi organisasi. Selain itu penulis juga merekomendasikan agar Biro

Humas, Hukum dan Kerjasama BKN menetapkan Prosedur Operasional yang terstandar terkait tata cara penanganan krisis guna mengantisipasi kondisi krisis yang dapat terjadi kembali di kemudian hari.

REFERENSI

- Amali, M. T. (2019). Strategi Komunikasi Krisis Public Relations PT Lion Mentari Airlines Dalam Merespon Kasus Kecelakaan Pesawat Lion Air JT610. *Jurnal Audience*, 02(02), 116–134.
- Annisa, S. (2023). *Tindak Pidana Penyusunan dalam Rekrutmen Calon Pegawai Negeri Sipil* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].
- [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70885/1/SELLA_ANNISA - FSH.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/70885/1/SELLA_ANNISA_-_FSH.pdf)
- Aprillya, S. R. (2021). Kecurangan CPNS 2021: Modus Terbongkar hingga Ancaman Sanksi. *DetikNews*. <https://news.detik.com/berita/d-5786242/kecurangan-cpns-2021-modus-terbongkar-hingga-ancaman-sanksi>
- Ariesta, I. T. (2017). *Manajemen Isu Government Public Relations oleh Biro Humas Badan Kepegawaian Negara (BKN) Pusat Terhadap Penanganan Isu Jumlah Data Fiktif PNS*. Universitas Brawijaya.
- Aryani, I. P., Anindhita, W., & Safitri, D. (2024). Peran Public Relations dalam Pelayanan Publik di Badan Kepegawaian Negara (BKN) Pusat. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 80–89.
- Azzahra, N. A., Ariansyah, A. N., Imawan,

- Y. N., Siddiq, D. M., & Ramli, N. H. B. (2024). Implementation of Good Governance Principles in the Recruitment and Selection Process of Government Employees in Indonesia. *International Journal of Social Service and Research*, 4(6), 1–7. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i6.808>
- Benoit, W. L. (1995). Sears' repair of its auto service image: Image restoration discourse in the corporate sector. *Communication Studies*, 46(1–2), 89–105.
- Cahyadewi, A. A., Az'zahra, N. D., & Salvina, Z. (2023). Pengaruh Sistem Computer Assisted Test (CAT) Terhadap Pelanggaran Etika dan Praktik Nepotisme dalam Seleksi CPNS. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 1(2), 15–25.
- Coombs, W. ., & Holladay, S. . (2010). *The Handbook of Crisis Communications*. Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781444314885>
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10, 163–176.
- Darussalam, A. D., Sugiyanto, D. R., & Lubis, D. P. (2021). Analisis krisis public relations pada peristiwa tumbangnya pohon di Kebun Raya Bogor. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(2), 251. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i2.29439>
- Didi, L., Nur Pratomo, E., & Asmidin. (2023). Implementasi Kebijakan Rekrutmen Calon Pegawai Negeri Sipil Di Kabupaten Buton Selatan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 1–8. <https://ejournal.lppmunidayan.ac.id/index.php/administratio/>
- Fajar, A. (2011). Sistem Kendali dan Strategi Penanganan (Manajemen) Krisis dalam Kajian Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 1(2), 279–286.
- Harmoko, D., & Purwaningrum, P. (2022). Dimensi Sosiokultural Terhadap Tagar Di Twitter Indonesia. *Jurnal Ilmiah Telaah*, 7, 192. <https://doi.org/10.31764/telaah.v7i2.6704>
- Imran, A. I. (2017). *Komunikasi krisis*. Deepublish. (Edisi 1). Deepublish.
- Kriyantono, R. (2014). Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif. *Kencana: Prenadamedia Group*, 524.
- Mulyana, D. (2008). *Komunikasi efektif "Suatu Pendekatan Lintas Budaya"*. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, T. (2020). *Keterbukaan Informasi Publik Sebagai Strategi Humas Badan Kepegawaian Negara Dalam Melawan Hoax di Media Sosial Terkait Recruitment Calon Pegawai Negeri Sipil* [Universitas Negeri Jakarta]. <http://repository.unj.ac.id/3320/>
- Najib, M. A., & Bahfiarti, T. (2023). *Crisis Communication Management of The Government Public Relations of The National Civil Service Agency in Handling Crisis on Negative News in Online Media*. <https://doi.org/10.4108/eai.22-7-2023.2335416>

- Najib, M. A. R. (2023). Strategi Komunikasi Krisis BKN terhadap Kecurangan Seleksi Calon Aparatur Sipil Negara Tahun 2021. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 4(1), 1–22.
- Novitasari, A., Pitrianti, S., Pongtaming, Y. S., Soraya, N., Atriani, D., Purba, A. A., Sunani, A., Husain, S. W. J., & Manapa, E. S. (2023). Tantangan Integritas dan Sportivitas dalam Seleksi CASN Formasi Dosen Tahun 2023. *Bakti Sekawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 101–107. <https://doi.org/10.35746/bakwan.v3i2.420>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Peraturan, P. R. I. (1972). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 32 tahun 1972*. JDIH BPK RI.
- Puspitasari. (2016). *Komunikasi Krisis*. Libri.
- Riadi, M. (2022). *Reputasi Perusahaan (Pengertian, Aspek, dan Indikator)*. <https://www.kajianpustaka.com/2022/06/Reputasi-Perusahaan.html>.
- Sanjaya, A. B., Sagung, A. A., Dewi, L., Luh, D., & Suryani, P. (2022). Sanksi Pidana bagi Pelaku Tindak Kecurangan dalam Perekrutan Calon Pegawai Negeri Sipil di Indonesia. *Jurnal Analogi Hukum*, Volume 4(1), 1–5. <https://doi.org/10.22225/ah.4.1.2022.1-5>
- Susanto, H. (2024). *Deteksi Kecurangan*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wirman, W., Hardianti, F., Sari, G. G., & Panggabean, R. A. (2021). Manajemen krisis Universitas Riau dalam konflik antar fakultas pada tahun 2017. *PRofesi Humas*, 5(2), 165–185.
- Yuanita, D. (2021). Peran key opinion leader dalam strategi public relations pada komunikasi krisis perusahaan. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.29693>
- Zein, H. M. (2023a). *Reformasi Birokrasi: Dunia Birokrasi dan Pemerintahan*. Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=N-LoEAAAQBAJ>
- Zein, H. M. (2023b). *Transformasi Birokrasi Pada Abad 4.0*. Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=kSnIEAAAQBAJ>