

Manajemen Krisis *Public Relations* PT Jakarta Propertindo dalam Menangani Revitalisasi Taman Ismail Marzuki Jakarta

Kezia Jessica Rengkuan¹⁾, Davis Roganda Parlindungan²⁾

Ilmu Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾Email: keziaajesz@gmail.com

²⁾Email: davis@kalbis.ac.id

Abstract: *Public relations has a very important role in a company. The important role of public relations for the company is as a party who can solve a problem in the company. Moreover, every company never knows for sure when a crisis will come. Like the crisis that hit PT Jakarta Propertindo when it was being assigned by the DKI Jakarta Provincial Government to revitalize Taman Ismail Marzuki, it reaped pros and cons. The purpose of this study was to determine the crisis management of PT Jakarta Propertindo's public relations in dealing with the problem of revitalizing Taman Ismail Marzuki. This study uses a descriptive approach using the issue and crisis management model theory and constructivism paradigm. Data collection in this study was obtained through in-depth interviews, observation and documentation. In selecting research informants, researchers used purposive sampling technique. The results showed that the crisis management of PT Jakarta Propertindo in dealing with the problem of revitalizing Taman Ismail Marzuki by carrying out a crisis stage, a system for managing issues and the impact of issues in the long term, then improving the company's image by continuing to communicate with art actors and having good relations with the media.*

Keywords: *crisis management, crisis stages, public relations, revitalization of Taman Ismail Marzuki*

Abstrak: *Public Relations memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Peran penting dari public relations bagi perusahaan yaitu sebagai pihak yang dapat memecahkan suatu permasalahan dalam perusahaan. Terlebih setiap perusahaan tidak pernah tahu dengan pasti kapan krisis akan datang. Seperti krisis yang menimpa PT Jakarta Propertindo ketika sedang di tugaskan oleh Pemprov DKI Jakarta untuk merevitalisasi Taman Ismail Marzuki menuai pro dan kontra. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui manajemen krisis Public Relations PT Jakarta Propertindo dalam menangani masalah revitalisasi Taman Ismail Marzuki. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan menggunakan teori model relasi manajemen isu dan krisis serta paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Dalam pemilihan informan penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen krisis PT Jakarta Propertindo dalam menangani masalah revitalisasi Taman Ismail Marzuki dengan melakukan tahapan krisis, sistem mengelola isu dan dampak isu dalam jangka panjang, lalu memperbaiki citra perusahaan dengan terus berkomunikasi bersama para pelaku seni dan memiliki hubungan yang baik dengan media.*

Kata Kunci: *manajemen krisis, public relations, revitalisasi Taman Ismail Marzuki, tahapan krisis*

I. PENDAHULUAN

Krisis merupakan masalah yang pasti terjadi di setiap perusahaan baik masalah pada operasional sehari-hari maupun masalah besar yang dapat merusak citra perusahaan. Begitu pula dengan krisis komunikasi, di mana permasalahan ini terjadi karena adanya mis-komunikasi antara perusahaan dengan publik. Setiap krisis berpotensi merusak citra organisasi, terutama jika krisis meningkat menjadi bencana dengan

konsekuensi sosial yang meluas. Dalam hal ini, reputasi organisasi dapat menurun secara signifikan, menjadikannya sasaran kritik dan cemoohan publik. Akibatnya, organisasi akan menderita kerugian yang signifikan dalam penjualan, modal, keuntungan, nilai saham, dan kepercayaan diri. Menurut Kriyantono (2012: 174) ciri-ciri krisis adalah peristiwa-peristiwa khusus; krisis tidak terduga dan dapat terjadi kapan saja; Krisis menimbulkan ketidakpastian

informasi, menimbulkan kepanikan, berdampak pada operasional organisasi, dan berpotensi menimbulkan konflik.

Public Relations memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Semua perusahaan membutuhkan kinerja dari *public relations* dalam kegiatan yang ada dalam perusahaan. Peran penting dari *public relations* bagi perusahaan yaitu sebagai pihak yang dapat memecahkan suatu permasalahan dalam perusahaan. Menurut Gary Kreps dalam Kriyantono (2012:181) manajemen krisis adalah proses yang menggunakan aktivitas hubungan masyarakat untuk melawan hasil negatif seperti kerusakan organisasi. Seperti yang diuraikan pada hasil penelitian Ita Suryani dan Asriyani Sagiyanto (2018) berjudul Strategi Manajemen Krisis *Public Relations* PT Blue Bird Group *Public Relations* dipaparkan bahwa PT *Blue Bird Group* dalam mengatasi kasus ini bersifat adaptis dan taktis, dimana *Public Relations* berkoordinasi dengan manajemen untuk mengatasi krisis tersebut. Humas menjalankan fungsinya yaitu mengembangkan komunikasi kelembagaan dengan publik agar berjalan lancar guna mewujudkan itikad baik dan saling pengertian kepada publik dengan memberikan layanan gratis guna terciptanya pemahaman yang baik dan mengembalikan nama baik Blue Bird. dan mewujudkan saling pengertian tentang tujuan, kebijakan, dan kegiatan perusahaan PT Blue Bird Group. Begitu juga hasil penelitian Halimatus Sa'diyah (2017) yang berjudul manajemen krisis Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta dalam mengatasi kasus tewasnya tiga mahasiswa yang mengikuti pendidikan dasar unit kegiatan mahasiswa (UKM) mahasiswa pecinta alam (Mapala). Universitas Islam Indonesia (UII) menggunakan kegiatan komunikasi dari *public relations* untuk mengatasi krisis yang menimpa agar dampaknya tidak berlarut-larut. Kegiatan yang dilakukan adalah membentuk tim investigasi dan *crisis center*, menerbitkan rilis, menyatakan kepedulian/simpati kepada korban, mengganti manajemen organisasi, memberikan sanksi berat bagi para pelaku.

Hal ini disimpulkan ada kemungkinan untuk menyimpulkan bahwa humas harus diberi posisi yang memungkinkannya untuk berpartisipasi dalam proses pengembangan dan penerapan strategi respons krisis. Selain itu, tidak ada bisnis yang dapat memprediksi kapan krisis akan menyerang. Ketika krisis menyerang perusahaan, ia memiliki potensi untuk menyebar ke para pemangku kepentingannya.

Krisis yang meluas ke *stakeholders* dan tidak segera diatasi tentunya akan mengganggu dan merusak kinerja serta reputasi perusahaan. Apalagi dengan pesatnya perkembangan media online sekarang ini yang mudah diakses oleh masyarakat semakin mempercepat penyebaran informasi mengenai krisis yang menimpa perusahaan. Adanya media massa pun dapat mempengaruhi persepsi, opini, nilai, dan sikap masyarakat terhadap suatu isu. Lebih khusus pada media *online* yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat hanya dengan satu kalimat. Seperti kasus yang menimpa PT Jakarta Propertindo yang ditugaskan oleh Pemprov DKI Jakarta untuk merevitalisasi Taman Ismail Marzuki. Pada tahun 2019 PT Jakarta Propertindo ditugaskan oleh Pemprov DKI Jakarta untuk merevitalisasi TIM dan memiliki target revitalisasi rampung pada pertengahan 2021.

Dilansir dari Tempo.co, yang diakses 17 Maret 2020 bahwa adanya masalah yang terjadi pada revitalisasi TIM. Para seniman menolak PT Jakarta Propertindo (Perseroda) sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) DKI yang ditunjuk langsung oleh Pemprov DKI untuk bertanggung jawab dalam revitalisasi TIM. Mereka bukan tidak setuju dengan adanya revitalisasi TIM melainkan para seniman khawatir jika TIM dikelola oleh PT Jakarta Propertindo akan ada komersialisasi yang nantinya akan menelantarkan para seniman sehingga mereka tidak bisa berkarya secara bebas dan juga jika PT Jakarta Propertindo yang mengelola TIM nantinya akan menggunakan sistem kapitalis dimana mau tidak mau ketika para seniman berekspresi di TIM akan dikenakan biaya. Selain itu, para seniman juga menolak adanya pembangunan wisma yang setara dengan hotel berbintang. Keberadaan wisma ini nantinya hanya akan menghambat para seniman untuk berkarya, maka dari itu para seniman menganggap pembangunan wisma tidak perlu dilakukan lagi melihat sudah banyak hotel berbintang yang berdiri di sekitar TIM.

Para seniman menegaskan kepada PT Jakarta Propertindo bahwa tidak boleh ada pembangunan komersial di kawasan TIM yang nantinya akan

menghilangkan fungsi TIM sebagai pusat seni. Sedari dulu TIM didesain sebagai pusat kesenian untuk para seniman dapat menuangkan ide-ide kreatifnya bukan untuk pusat keuntungan.

Para seniman juga khawatir jika dibangun hotel di kawasan TIM akan menjauhkan seniman dari lingkungannya. Dengan adanya berita ini tentunya membuat citra PT Jakarta Propertindo terganggu sehingga *public relations* PT Jakarta Propertindo harus mengatasi pemberitaan negatif tersebut untuk mengembalikan citra positif PT Jakarta Propertindo. Menurut Kriyantono (2012:178) berdasarkan model Jaques secara umum krisis berkembang melalui tiga tahap yaitu:

1. Pra-krisis (*pre-crisis*)
Pra-krisis terjadi ketika situasi serius muncul dan organisasi, baik manajemen maupun karyawan, menyadari tanda-tanda peringatan krisis yang akan datang. Namun, jika tidak ada tindakan pencegahan yang diambil, situasinya dapat meningkat menjadi krisis besar.

2. Krisis (*acute crisis*)
Tahap krisis (*acute crisis*) terjadi ketika kemampuan organisasi untuk mengelola situasi dengan baik gagal sehingga menyebabkan situasi menyebar luas ke luar organisasi. Pada titik ini, tindakan terbaik adalah meminimalkan dampak krisis, menghindari menciptakan korban baru, dan mengisolasi krisis agar tidak menyebar.

3. Pascakrisis (*post-crisis*)
Terjadi ketika krisis telah menumpuk dan organisasi berusaha untuk mempertahankan atau kehilangan citranya. Saat ini, organisasi sedang berusaha untuk memperbaiki semua kerusakan yang disebabkan oleh krisis (*recovery*). Menurut Kriyantono (2012:278) meskipun sudah sampai tahap resolusi/pasca krisis, organisasi harus mempunyai system mengelola isu-isu dan dampak isu dalam jangka panjang. Bias jadi, pada tahap ini, isu-isu krisis bersifat *dormant* (terbengkalai) yang dapat menjadi besar lagi jika ada pemicunya.

II. METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma Konstruktivisme. Karena peneliti melihat dari sebuah realita yang akan berhubungan dengan penelitian ini, selain itu peneliti menggunakan paradigma ini karena peneliti melakukan penelitian dengan mempelajari suatu fenomena yang diteliti melalui objek penelitian yang ada.

Paradigma merupakan cara pandang

mengenai suatu hal dengan dasar tertentu. Penggunaan paradigma yang berbeda akan menghasilkan pemaknaan yang berbeda pula mengenai sesuatu. Menurut Neuman (2006) dalam Manzilati (2017:1) paradigma adalah kerangka pikir umum mengenai teori dan fenomena yang mengandung asumsi dasar, isu utama, desain penelitian dan serangkaian metode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2012: 69). Jenis penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi sesuai dengan topik yang akan dibahas melalui pengumpulan data dengan sedalam- dalamnya.

C. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan teknik pemilihan informan secara *purposive*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia penguasa, akan memudahkan peneliti untuk menyelidiki objek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2016: 218 – 219).

Agar informan yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian ini, penulis sudah menentukan beberapa kriteria sebagai berikut: (1). Informan memiliki pengetahuan yang luas mengenai manajemen krisis *Public Relations* PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dalam menangani masalah revitalisasi TIM; dan (2). Informan merupakan pihak yang terkait dalam manajemen krisis dalam proyek revitalisasi TIM.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu melalui data primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Pada penelitian ini pengumpulan data primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara

mendalam dengan narasumber terpercaya dan dokumentasi. Sedangkan pengumpulan data sekunder peneliti melalui dokumen-dokumen resmi serta website resmi PT Jakarta Propertindo (Perseroda).

E. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data dilapangan model Miles dan Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2016: 246) yaitu tahapan Reduksi data (*Data Reduction*), Penyajian data (*Data Display*), serta Penarikan data dan Pengujian kesimpulan (*Concluding Drawing/Verification*).

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit.

2. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan hubungan antar kategori. Dengan menyajikan data akan mempermudah untuk memahami apa yang menjadi permasalahan, serta merencanakan kegiatan pengelolaan penelitian selanjutnya berdasarkan yang dipahami oleh peneliti (Sugiyono, 2016: 249).

3. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan

Langkah ketiga, menarik kesimpulan dan memverifikasi hasil adalah langkah ketiga dalam analisis data kualitatif. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan direvisi jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya.

F. Teknik Keabsahan Data

Teknik triangulasi data digunakan dalam pemilihan teknik validitas data dalam penelitian ini. Teknik triangulasi menurut Sugiyono (2016:274) digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara membandingkannya dengan sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda. Data yang diperoleh melalui wawancara, misalnya, dapat divalidasi melalui observasi, dokumentasi, atau angket. Jika hasil dari ketiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut berbeda, peneliti berkonsultasi dengan sumber data yang relevan atau pihak lain untuk menentukan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin mereka semua benar karena sudut pandang mereka berbeda.

Teknik pengumpulan data triangulasi digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Data

yang dikumpulkan dari informan ditriangulasi dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Jakarta Propertindo (Perseroda) merupakan Badan Usaha Milik Daerah Pemerintah DKI Jakarta dalam bidang properti, infrastruktur dan utilitas. Pada tahun 2019 PT Jakarta Propertindo (Perseroda) ditugaskan oleh Pemerintah DKI Jakarta untuk bertanggung jawab dalam proyek pembangunan revitalisasi Taman Ismail Marzuki (TIM). Namun dengan ditunjuknya PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dalam proyek pembangunan tersebut menuai pro dan kontra dari beberapa pihak salah satunya para seniman yang menjadikan TIM sebagai tempat untuk berkarya nantinya akan diambil alih oleh PT Jakarta Propertindo (Perseroda) sehingga para seniman khawatir akan ada komersialisasi dan merugikan para seniman.

Public Relations PT Jakarta Propertindo (Perseroda) mempunyai peran penting atas permasalahan ini, di mana *public relations* PT Jakarta Propertindo (Perseroda) harus mempunyai strategi agar masalah ini dapat ditindaklanjuti dan tidak menimbulkan permasalahan baru.

Dari hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Manajemen Krisis dalam menangani masalah revitalisasi Taman Ismail Marzuki dilakukan dengan tahapan krisis. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa informan.

1. Tahapan Krisis

Menurut Kriyantono (2012:178) berdasarkan model Jaques secara umum krisis berkembang melalui tiga tahap yaitu:

a. Tahap Pra Krisis

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan bahwa PT Jakarta Propertindo (Perseroda) memakai tahapan krisis, yang pertama adalah pra krisis. Pada masa-masa pra krisis ini, PT Jakarta Propertindo (Perseroda) sudah mengetahui bahwa adanya pro dan kontra oleh para pelaku seni terhadap proyek revitalisasi TIM ini.

Maka dari itu PT Jakarta Propertindo (Perseroda) melakukan komunikasi dan juga sosialisasi bersama lembaga yang menaungi para pelaku seni yaitu Dewan Kesenian Jakarta (DKJ), namun dikarenakan pihak PT Jakarta Propertindo (Perseroda) kurang maksimal dalam komunikasi serta sosialisasi maka terjadi lah *missunderstanding* atau komunikasi yang

disampaikan tidak intens dengan para pelaku seni lainnya yang tidak bergabung dengan lembaga yang menaungi para pelaku seni tersebut. Hal ini dikarenakan PT Jakarta Propertindo (Perseroda) yang mengira bahwa komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan bersama Dewan Kesenian Jakarta (DKJ) nantinya akan tersampaikan juga kepada para pelaku seni yang sifatnya individu atau tidak termasuk dalam lembaga manapun, namun hal ini tidak tersampaikan dengan baik.

b. Tahap Krisis

Pada tahapan krisis, ketika terjadinya pro dan kontra pada proyek revitalisasi TIM ini banyak para pelaku seni melakukan demo di depan kawasan Taman Ismail Marzuki, para pelaku seni melakukan hal tersebut agar PT Jakarta Propertindo (Perseroda) tidak melanjutkan proyek revitalisasi TIM ini. PT Jakarta Propertindo (Perseroda) meminimalkan akibat krisis dengan melakukan komunikasi dan mencari solusi yang baik bersama para pelaku seni dengan dibantu oleh Dinas Kebudayaan. hingga akhirnya sudah ada kesepakatan antara PT Jakarta Propertindo dengan para pelaku seni bahwa proyek tetap dijalankan dan terus melakukan komunikasi yang intens dan juga *FGD* yang terarah secara terus-terusan. Hingga dari beberapa kali melakukan *FGD* komunikasi antara PT Jakarta Propertindo dengan para pelaku seni sudah intens atau sudah baik, fungsi dan tujuan PT Jakarta Propertindo dalam proyek revitalisasi Taman Ismail Marzuki ini sudah tersampaikan dengan baik.

c. Tahap Pasca Krisis

Pada tahapan pasca krisis PT Jakarta Propertindo (Perseroda) memberikan bukti nyata kepada orang-orang yang pro kontra terhadap proyek revitalisasi TIM dengan melaksanakan peresmian pada setiap proyek yang sudah selesai, hal ini dilakukan agar apa yang orang-orang pikirkan tentang proyek ini tidak benar, PT Jakarta Propertindo (Perseroda) membuktikan dengan hasil yang luar biasa sehingga orang-orang yang sebelumnya kontra terhadap proyek ini bisa menganggap bahwa apa yang dilakukan PT Jakarta Propertindo (Perseroda) tidak seperti yang mereka pikirkan. Salah satunya saat peresmian Masjid, PT Jakarta Propertindo (Perseroda) mengunggah foto ke media sosial dan mendapatkan respon yang begitu baik dari masyarakat. Hal ini membuat PT Jakarta Propertindo (Perseroda) berhasil dalam memperbaiki segala akibat yang ditimbulkan krisis. PT Jakarta Propertindo memiliki sistem mengelola isu dalam jangka panjang dengan terus *updating* terkait proyek revitalisasi Taman Ismail

Marzuki seperti *progress* pembangunan, dengan tujuan untuk meminimalisir isu yang berkembang diluar bahwa proyek revitalisasi Taman Ismail Marzuki tidak berjalan. PT Jakarta Propertindo terus melakukan komunikasi transparan kepada masyarakat melalui media sosial dan juga membuat *press release* setiap bulannya.

2. Sistem Mengelola Isu dan Dampak Isu dalam Jangka Panjang

Sistem mengelola isu dan dampak isu dalam jangka panjang dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan narasumber yaitu dengan metode atau atensi untuk menghalau isu-isu eksternal yang negatif dengan terus melakukan *updating* terkait proyek revitalisasi TIM misalnya *progress* pembangunan, dengan tujuan untuk meminimalisir isu yang berkembang diluar bahwa proyek revitalisasi TIM tidak berjalan. PT Jakarta Propertindo (Perseroda) terus melakukan komunikasi transparan kepada masyarakat melalui media sosial. Selain itu PT Jakarta Propertindo (Perseroda) juga membuat *press release* untuk setiap bulannya.

3. Citra Perusahaan

PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dalam proses memperbaiki citra perusahaan dengan merangkul dan mengkampanyekan untuk terus berkolaborasi dengan seluruh elemen yang terlibat dalam proyek revitalisasi TIM serta berkomunikasi dengan para pelaku seni untuk mengurangi artikel-artikel yang ada di media yang menyampaikan berita-berita kontra mengenai proyek revitalisasi TIM.

Hal ini dilakukan karena narasumber media yaitu para pelaku seni tersebut, dengan adanya komunikasi yang baik sehingga hubungan antara PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dengan para pelaku seni pun baik maka berita-berita kontra mengenai proyek revitalisasi TIM juga berkurang. Selain itu untuk mempertahankan citra perusahaan, PT Jakarta Propertindo (Perseroda) juga menyampaikan pencapaian-pencapaian baik dari proyek revitalisasi TIM. Salah satunya yaitu saat Masjid selesai direvitalisasi, PT Jakarta Propertindo (Perseroda) mengunggah ke media sosial dan mendapatkan respon positif dari masyarakat dan setelah itu reputasi perusahaan kembali naik.

4. Media Relations

Pada wawancara ini, informan menyatakan bahwa hubungan PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dengan media sangat baik. Hal ini dapat dilihat bahwa ketika para media ingin berkunjung ke proyek revitalisasi TIM, PT Jakarta Propertindo (Perseroda) sangat diizinkan untuk

liputan. Selain itu PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dengan para media juga terjalin karena memiliki dan membangun keterbukaan komunikasi dan merangkul untuk sama-sama berkolaborasi membangun sebuah komunikasi yang positif, komunikasi yang intens dan ramah sesuai dengan apa yang terjadi.

IV. SIMPULAN

Pada tahapan krisis PT Jakarta Propertindo (Perseroda) mencari cara untuk meminimalkan krisis dengan melakukan komunikasi dan mencari solusi yang baik bersama para pelaku seni dengan dibantu oleh Dinas Kebudayaan hingga akhirnya sudah ada kesepakatan antara PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dengan pelaku seni bahwa proyek tetap dijalankan dengan terus melakukan komunikasi yang intens dan juga *FGD* yang terarah secara terus-terusan. Hingga dari beberapa kali melakukan *FGD* komunikasi antara PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dengan para pelaku seni sudah intens atau sudah baik, fungsi dan tujuan PT Jakarta Propertindo (Perseroda) dalam proyek revitalisasi TIM ini sudah tersampaikan dengan baik. Yang terakhir tahapan pasca krisis. Pada tahapan ini yang di lakukan PT Jakarta Propertindo (Perseroda) yaitu memberikan bukti nyata kepada orang-orang yang pro kontra terhadap proyek revitalisasi TIM dengan melaksanakan peresmian pada setiap proyek yang sudah selesai. PT Jakarta Propertindo (Perseroda) membuktikan dengan hasil yang luar biasa sehingga orang-orang yang sebelumnya kontra terhadap proyek ini bisa menganggap bahwa apa yang dilakukan PT Jakarta Propertindo (Perseroda) tidak seperti yang mereka pikirkan.

V. DAFTAR RUJUKAN

- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations, Issue & Crisis Management Pendekatan Critical Public Relations*, Etnografi Kritis & Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Manzilati, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sa'diyah, H. (2017) . "Manajemen Krisis Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta Dalam Mengatasi Kasus Mapala Unisi". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 2 (April, 2017) No. 1, hlm 134-147
- Suryani, I. & Asriyani S. (2018). "Strategi Manajemen Krisis *Public Relations* PT *Blue Bird Group*". *Journal Communication*. Vol 9 (April, 2018) No.2, hlm 102-113
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Wijaya, L. D, "Jakpro Bangun Hotel di TIM, Seniman Ingatkan Hal Ini". <https://metro.tempo.co/read/1276620/jakpro-bangun-hotel-di-tim-seniman-ingatkan-hal-ini> (diakses Pada tanggal 17 Maret 2020)