

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdirinya sebuah perusahaan/organisasi pasti akan melewati masa-masa sulit dalam perkembangannya. Masa sulit yang terjadi pada perusahaan tentu kehadirannya tidak diinginkan karena dapat menimbulkan dampak negatif dan membahayakan keberlangsungan perusahaan/organisasi tersebut. Kehadiran dari krisis tersebut tidak dapat dihindarkan dan akan selalu ada seiring dengan berjalannya waktu. Masa sulit yang dihadapi oleh perusahaan tersebut disebut sebagai masa krisis.

Umumnya krisis dilihat sebagai situasi atau kejadian yang lebih banyak mempunyai dampak negatif bagi perusahaan/organisasi daripada dampak positif. Krisis merupakan situasi yang berdampak negatif terhadap organisasi dan publiknya, krisis tidak mempunyai batasan serta bisa terjadi kapan saja dan dimana saja dalam setiap organisasi. Krisis secara umum disebabkan oleh dua sumber yaitu internal dan eksternal perusahaan. Sumber internal dari krisis tersebut meliputi manusia, manajemen, dan teknologi. Sedangkan sumber eksternal dari krisis meliputi peraturan pemerintah, bencana alam, dan kerusakan yang disebabkan oleh pihak lain.

Krisis dapat memberi pengaruh buruk dan merusak tatanan yang ada, demi mencegah atau mengurangi dampak negatif dari krisis tersebut perusahaan harus mengambil keputusan yang cepat dan tepat untuk menekan agar dampak yang ditimbulkan dari krisis tersebut tidak meluas.

Pada situasi dimana krisis terjadi dibutuhkan manajemen krisis. Manajemen krisis dapat diartikan sebagai bentuk respon serta upaya untuk menghadapi dan memecahkan masalah pada krisis yang terjadi melalui strategi manajemen krisis yang diterapkan. Manajemen krisis diperlukan untuk pengendalian situasi untuk mengurangi berbagai resiko yang tidak diinginkan.

Public Relations mempunyai peran yang sangat penting dalam penanganan manajemen krisis pada perusahaan atau organisasi. The British Institute of *Public Relations* memberikan definisi *Public Relations* yaitu “*Public Relations practice is the deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public*” dimana hal tersebut berarti bahwa *Public Relations* melakukan upaya yang sungguh-sungguh, terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

Public Relations merupakan kombinasi antara fungsi manajemen dan fungsi komunikasi. Sebagai fungsi manajemen *Public Relations* bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan reputasi dari sebuah perusahaan atau organisasi. Sebagai fungsi komunikasi *Public Relations* menyalurkan komunikasi antara perusahaan atau organisasi dan publiknya untuk menciptakan *Goodwill* dan *Mutual understanding*.

Public Relations merupakan sebuah upaya yang terencana, yang memiliki sebuah proses dan tidak dapat muncul secara tiba-tiba. Diperlukan perencanaan bagi seorang *Public Relations* dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Kehadiran seorang *Public Relations* merupakan sebuah kebutuhan bagi perusahaan. Di Indonesia tidak semua perusahaan sadar bahwa seorang *Public Relations* merupakan sebuah kewajiban yang harus ada. Bagi sebagian perusahaan *Public Relations* hanya diperlukan untuk perusahaan nasional dan berskala besar. Sehingga *Public Relations* belum menjadi pilihan utama dalam sebuah perusahaan, padahal secara jelas krisis dapat muncul kapan serta dimana saja. Kegagalan yang dihadapi perusahaan dalam menangani krisis sering terjadi akibat kurang kesiapan sehingga saat krisis terjadi, perusahaan tidak siap menerima hal tersebut. Tidak jarang ketika krisis muncul, banyak perusahaan yang memutuskan untuk gulung tikar karena tidak ada kesiapan dalam menangani krisis yang terjadi. Krisis selalu akan hadir akan tetapi dapat diminimalisir dampaknya melalui proses perencanaan yang dilakukan sebelum terjadinya krisis.

Public Relations yang berkedudukan dekat dengan posisi teratas pada sebuah perusahaan atau organisasi berperan aktif dalam membantu serta bekerja sama dengan pihak manajemen dalam memberikan pendapat, saran maupun strategi kepada pihak manajemen untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada perusahaan atau organisasi. Seorang praktisi *Public Relations* tentunya dituntut untuk bisa mengendalikan krisis yang terjadi.

Sebuah perusahaan yang sedang menghadapi krisis akan mengoptimalkan peran seorang praktisi *Public Relations* dari perusahaannya. Dimana hal ini didukung dengan tujuan umum *Public Relations* yaitu untuk mewujudkan, menjaga citra baik dari sebuah perusahaan kepada para *stakeholder* perusahaan dan memperbaiki citra perusahaan tersebut apabila citra tersebut mengalami penurunan atau kerusakan.

Dalam perusahaan *Public Relations* memiliki peranan penting, salah satunya adalah sebagai pemecah masalah (*Problem Solver*) dalam menangani persoalan dan krisis yang terjadi pada perusahaan atau organisasi. *Public Relations* bereperan dalam membangun hubungan baik dengan publiknya, dengan harapan terciptanya citra positif terhadap perusahaan.

Public Relations mempunyai fungsi manajemen, dimana tujuan dari fungsi tersebut untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik yang bermanfaat antara organisasi dengan publik. *Public Relations* yang berperan pada sebuah perusahaan harus memiliki keahlian yaitu manajemen krisis untuk mempermudah menyelesaikan krisis yang terjadi pada perusahaan.

Manajemen krisis (*Crisis Management*) merupakan keahlian yang harus dimiliki oleh seorang *Public Relations*, dimana tujuan dari manajemen krisis adalah untuk menghentikan dampak negatif dari suatu persoalan melalui upaya persiapan dan penerapan beberapa strategi dan taktik.

Citra sebuah perusahaan tidak lepas dari peran seorang *Public Relations*, dimana citra dari perusahaan bisa dipandang baik atau buruk. Seorang *Public Relations* tentunya berperan dalam upaya pembentukan citra dari sebuah

perusahaan. Citra positif dari sebuah perusahaan adalah buah hasil dari penerapan strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* perusahaan tersebut.

Semua perusahaan tidak bisa lepas dari peran seorang *Public Relations*, terutama perusahaan besar dan nasional dimana perusahaan tersebut akan berhadapan dengan krisis. Krisis yang terjadi membuat peran dari *Public Relations* sangat diperlukan karena keahliannya dalam manajemen krisis.



Gambar 1
logo Bank Syariah Indonesia

Bank syariah Indonesia merupakan lembaga perbankan syariah hasil merger antara PT. Bank BRI Syariah Tbk, PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank BNI Syariah. Bank syariah Indonesia secara resmi hadir di Indonesia pada 1 Februari 2021 yang diresmikan oleh Presiden Joko Widodo. Dengan dikeluarkan surat dari OJK pada 27 Januari 2021 menguatkan posisi Bank syariah Indonesia untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 bank yang merger. Layanan yang diberikan lebih lengkap, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik karena bank syariah Indonesia merupakan penyatuan dari 3 bank syariah yang ada di Indonesia. Kehadiran dari Bank syariah Indonesia menjadi sangat penting

sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas perekonomian dalam ekosistem industri halal.

BSI diduga kena serangan siber, pengamat sebut sistem pertahanan bank 'tidak kuat'



ANTARA FOTO

16 Mei 2023

Gangguan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) baru-baru ini, yang diduga kuat akibat serangan siber *ransomware*, semestinya menjadi pelajaran bagi perbankan di Indonesia. Bank-bank di Indonesia, menurut pengamat keamanan siber, perlu memperkuat sistem pertahanan digital karena serangan siber telah menjadi semakin kompleks dan canggih.

Gambar 2 Berita Gangguan Siber BSI

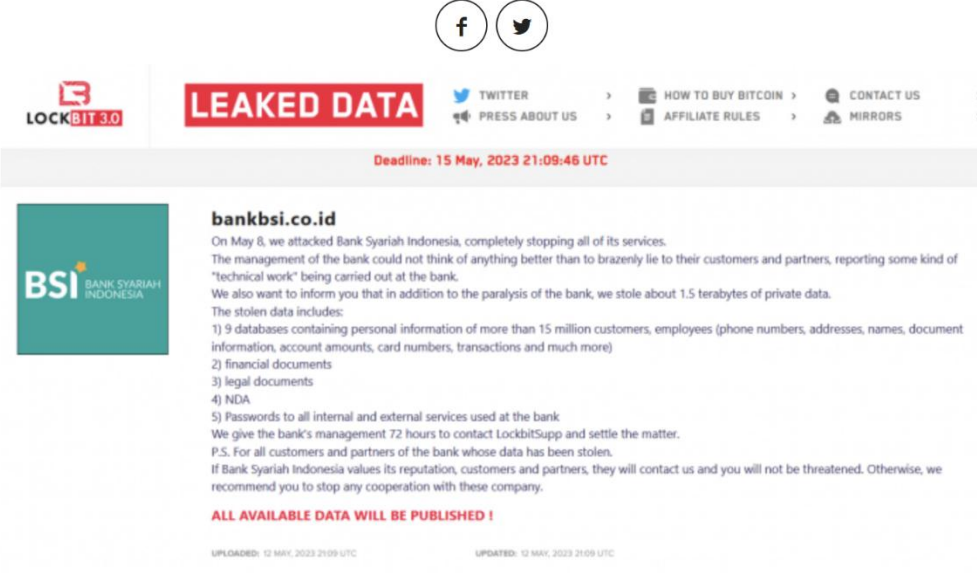
Bank syariah Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang mengalami krisis akibat adanya gangguan yang diakibatkan oleh serangan siber. Bank syariah Indonesia yang sudah berjalan beberapa tahun dengan mulus ternyata menghadapi krisis dimana terkena serangan siber yang mengakibatkan layanan perbankan sempat lumpuh dan dikeluhkan oleh para nasabah bank syariah Indonesia. Bank syariah Indonesia bukan satu-satunya bank di Indonesia yang terkena serangan siber, hal ini mengakibatkan para nasabah berhati-hati karena ketakutan akan diretasnya akun perbankan mereka. Masalah siber yang diakibatkan oleh peretas ini meyakinkan publik bahwa

sistem pertahanan siber bank di Indonesia tidak kuat, hal tersebut bisa dilihat bagaimana sistem bank syariah Indonesia dapat diretas dengan mudah. Lemahnya keamanan siber dari bank syariah Indonesia membuat layanan dari bank syariah Indonesia sempat tumbang dimana hal tersebut membuat publik menjadi marah karena belum adanya informasi lanjutan dari pihak bank syariah Indonesia.

Sabtu 13 Mei 2023, 19:10 WIB

Diserang Hacker, Pakar Siber: BSI Kena Ransomware, Segera Ganti Data

Rifaldi Putra Irianto | Ekonomi



LOCKBIT 3.0

LEAKED DATA

Twitter

Press About Us

How to Buy Bitcoin

Contact Us

Affiliate Rules

Mirrors

Deadline: 15 May, 2023 21:09:46 UTC

bankbsi.co.id

On May 8, we attacked Bank Syariah Indonesia, completely stopping all of its services. The management of the bank could not think of anything better than to brazenly lie to their customers and partners, reporting some kind of "technical work" being carried out at the bank. We also want to inform you that in addition to the paralysis of the bank, we stole about 1.5 terabytes of private data. The stolen data includes:

- 1) 9 databases containing personal information of more than 15 million customers, employees (phone numbers, addresses, names, document information, account amounts, card numbers, transactions and much more)
- 2) financial documents
- 3) legal documents
- 4) NDA
- 5) Passwords to all internal and external services used at the bank

We give the bank's management 72 hours to contact LockbitSupp and settle the matter. P.S. For all customers and partners of the bank whose data has been stolen. If Bank Syariah Indonesia values its reputation, customers and partners, they will contact us and you will not be threatened. Otherwise, we recommend you to stop any cooperation with these company.

ALL AVAILABLE DATA WILL BE PUBLISHED !

UPLOADED: 12 MAY, 2023 21:09 UTC

UPDATED: 12 MAY, 2023 21:09 UTC

Twitter

Kabar peretasan data BSI oleh hacker LockBit.

Gambar 3
Berita Peretasan oleh Hacker Lockbit

Pengamat keamanan siber dari BSI meminta untuk tidak menyepelkan ancaman yang diberikan oleh kelompok hacker Lockbit yang mengklaim telah meretas layanan BSI. Diketahui kelompok hacker Lockbit mengaku meretas layanan BSI, jika kelompok hacker Lockbit berhasil mencuri 15 juta data pelanggan, informasi karyawan, dan sekitar 1,5TB data internet. Kelompok hacker Lockbit mengancam jika negosiasi gagal maka mereka akan menyebar semua data di dark web. Serangan dari kelompok Lockbit ini berlangsung

dengan cepat dan mematikan, dengan melumpuhkan jaringan dan mengenskripsi ribuan jenis file pada perangkat korban.



Gambar 4
Postingan Pengguna Sosial Media X

Postingan dari salah satu akun sosial media X yang memberikan informasi terkait layanan Bank Syariah Indonesia yang sedang down di daerah Solo, permasalahan server down dari BSI ini membuat kantor cabang di Solo dikerumuni oleh nasabah yang mempertanyakan terkait kejelasan dana yang telah di kirmkan. Adanya permasalahan ini tentunya membuat banyaknya postingan yang ditujukan kepada BSI terkait server down.

Terkait permasalahan tumbangnya layanan bank syariah Indonesia yang disebabkan oleh peretas menyebabkan krisis pada perusahaan yang membuat publik terganggu kenyamanan dan keamanannya. Oleh karena itu bank syariah Indonesia khususnya *Public Relations* berperan dalam mengatasi dan menangani permasalahan dan krisis tersebut. Sehingga *Public Relations* perusahaan juga melaksanakan tugas dan tanggung jawab perusahaan dalam menjaga citra dari perusahaan tersebut.

Manajemen krisis merupakan sebuah proses yang menggunakan aktivitas *Public Relations* untuk mengatasi akibat negatif, manajemen krisis merupakan tanggung jawab seorang *Public Relations*. Pentingnya *Public Relations* Bank Syariah Indonesia dalam menangani krisis ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Manajemen krisis Bank Syariah Indonesia dalam membentuk citra positif”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- a) Bagaimana manajemen krisis *Public Relations* Bank Syariah Indonesia?
- b) Mengapa Bank Syariah Indonesia mengalami manajemen krisis?
- c) Peran *Public Relations* Bank Syariah Indonesia dalam membentuk citra perusahaan?

1.3 Pembatasan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, agar pembahasan terfokus dan tidak meluas, maka masalah yang akan diteliti dibatasi pada “Manajemen krisis Bank Syariah Indonesia dalam membentuk citra positif”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana Manajemen krisis Bank Syariah Indonesia dalam membentuk citra positif?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen krisis Bank Syariah Indonesia dalam membentuk citra positif

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a) Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya hubungan masyarakat terkait manajemen krisis Bank Syariah Indonesia dalam membentuk citra positif. Serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber referensi untuk peneliti selanjutnya.

b) Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manajemen krisis *Public Relations* dalam membentuk citra positif pada Bank Syariah Indonesia sehingga dapat menjadi solusi dalam membentuk citra positif dimasa mendatang pada Bank Syariah Indonesia.