
STRATEGI PEMULIHAN CITRA PT DAIDAN UTAMA PIALANG ASURANSI PASCA VIRAL KASUS TUMBLER HILANG DI KRL: ANALISIS KONTEN PEMBERITAAN MEDIA DAN RESPON NETIZEN PADA MEDIA SOSIAL

Nurul Fahnadillah¹, Amelia Zubair², St.Aisyah Yuliana Ali³, Ade Irma

Trihandayani⁴, Suryani Musi⁵

^{1,2,3,4,5}UIN Alauddin Makassar

nfahnadillah@gmail.com¹, amelialiazubair024@gmail.com²,
saisyah11906@gmail.com³, adeirmatrihandayani@gmail.com⁴, suryani.musi@uin-alauddin.ac.id⁵

ABSTRACT; *This study examines the image restoration strategy of PT Daidan Utama Pialang Asuransi following the viral case of a lost tumbler on a commuter train (KRL) involving one of its employees, which triggered public opinion pressure on social media. Online media coverage and negative netizen responses led the company into a reputational crisis. This research aims to analyze the crisis communication strategy implemented by the company. A qualitative approach with content analysis was applied to online news and netizen comments, using William L. Benoit's Image Restoration Theory as the analytical framework. The findings indicate that the company employed a corrective action strategy by terminating the involved employee. However, the strategy was not fully effective due to the lack of transparent and sustained crisis communication. This study highlights the importance of integrating corrective actions with strategic communication to restore corporate reputation.*

Keywords: Crisis Communication; Image Restoration; Image Restoration Theory; Public Opinion; Social Media.

ABSTRAK; Penelitian ini membahas strategi pemulihan citra PT Daidan Utama Pialang Asuransi pasca viralnya kasus hilangnya tumbler di KRL yang melibatkan salah satu karyawannya dan memicu tekanan opini publik di media sosial. Pemberitaan media daring dan komentar negatif netizen menyeret perusahaan ke dalam krisis reputasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan perusahaan dalam merespons situasi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terhadap pemberitaan media online dan komentar netizen di media sosial. Analisis dilakukan dengan menggunakan kerangka Image Restoration Theory dari William L. Benoit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan strategi *corrective action* melalui pemutusan hubungan kerja sebagai upaya pemulihan citra. Namun, strategi tersebut dinilai belum optimal karena tidak didukung oleh komunikasi krisis yang transparan dan berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan pentingnya kombinasi tindakan korektif dan komunikasi strategis dalam pemulihan reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis; Pemulihan Citra; Image Restoration Theory; Opini Publik; Media Sosial.

PENDAHULUAN

Media memiliki banyak peran dan kegunaannya dalam kebutuhan akan informasi. Dengan adanya media sebagai tempat mendapatkan informasi atau berita dan dapat memudahkan masyarakat dalam berinteraksi satu sama lain. Media akan memberitakan suatu peristiwa kepada khalayak, sehingga informasi yang telah terjadi sampai kepada khalayak.(Enggelin and Selmi n.d.).

Media memiliki peran penting dalam menentukan citra suatu perusahaan. Apabila citra tersebut berada dalam situasi atau isu yang negatif dari publik, maka *public relation* harus mengedepankan diri dalam mengontrol dan mengimplementasikan salah satu strategi komunikasi, yakni strategi komunikasi krisis, yang berfungsi sebagai strategi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi demi mempertahankan citra atau reputasi suatu perusahaan.(Widyastuti and Ekoputro 2023)

Seperti halnya pada kasus hilangnya tumbler salah satu penumpang KRL yang sedang ramai diperbincangkan oleh khalayak. Peristiwa itu berawal dari unggahan seorang wanita beranama Anita di akun Threads pribadinya @anitadewl. Anita menjelaskan bahwa pada hari Senin (24/11/2025), ia tanpa sengaja meninggalkan *cooler bag* di bagasi KRL. Saat turun di Stasiun Rawa Buntu, barulah ia sadar bahwa barangnya tertinggal. Anita kemudian meminta bantuan petugas KRL untuk melacak keberadaan barangnya. *Cooler bag* itu akhirnya ditemukan di Stasiun Rangkasbitung. Petugas bahkan mengirimkan bukti foto isi *cooler bag* tersebut, yang memperlihatkan pompa ASI dan *tumbler* berwarna biru. Namun, saat Anita dan suaminya mengambil barang itu keesokan harinya, *tumbler* yang sebelumnya tampak dalam foto justru sudah tidak ada. Pegawai KAI yang menerima barang hilang mengatakan ia tidak mengetahui keberadaan *tumbler* tersebut karena tidak memeriksa isinya saat serah terima dari petugas keamanan. Merasa keberatan atas hilangnya *tumbler* itu, Anita menuntut PT KAI membuka rekaman CCTV demi mengetahui siapa yang mengambilnya. Karena prosedur untuk mengakses CCTV cukup panjang, seorang pegawai KRL bernama Argi menawarkan solusi sementara, ia membeli *tumbler* baru yang sama melalui Shopee dan menunjukkan bukti pembayaran. Namun, Anita dan suaminya menolak penggantian tersebut. Mereka menegaskan bahwa permasalahan harus diselesaikan sesuai prosedur dan bukan semata diganti barangnya.(Firman 2025)

Gara-gara kejadian tersebut, Argi sempat mengaku kehilangan pekerjaannya sebagai petugas KRL. Dari kasus pemecatan tersebut, justru menimpa kembali Anita pemilik *tumbler*. PT Daidan Utama Pialang Asuransi mengambil keputusan tegas dengan memutus hubungan kerja (PHK) terhadap Anita Dewi, karyawan mereka yang memicu kegaduhan tersebut. Manajemen PT Daidan Utama Pialang Asuransi mengklaim telah melakukan proses investigasi mendalam terhadap kasus yang viral ini. Hasilnya, mereka menilai sikap Anita tidak selaras dengan standar etika dan nilai-nilai yang selama ini dianut perusahaan.(March 2025)

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik meneliti hal ini tentang bagaimana strategi pemulihan citra PT Daidan Utama Pialang Asuransi pasca viral kasus *tumbler* hilang di KRL dalam memanajemen krisis. menganalisis konten pemberitaan media dan respons netizen pada media sosial. Selain itu, Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi langkah- langkah perbaikan yang perlu diambil untuk mencegah terulangnya insiden serupa di masa depan

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Alasan mengapa peneliti mengambil pendekatan kualitatif karena fokus penelitian tidak hanya melihat peristiwa viral secara permukaan, tetapi menelaah makna pesan dalam pemberitaan serta bagaimana opini publik khususnya komentar negatif netizen dan bagaimana hal tersebut berperan dalam membentuk tekanan sosial terhadap PT Daidan Utama Pialang Asuransi hingga akhirnya perusahaan memutuskan hubungan kerja dengan karyawannya. Analisis konten memungkinkan peneliti menginterpretasikan data berupa teks digital seperti berita, unggahan media sosial, dan komentar warganet secara sistematis untuk memahami bagaimana persepsi publik bisa memengaruhi reputasi perusahaan. Metode ini relevan karena fenomena yang dikaji berupa komunikasi berbasis media, respons publik, dan konstruksi citra secara daring.(Novendawati 2022)

Adapun objek penelitiannya adalah konten pemberitaan di media online dan komentar netizen di media sosial pasca viralnya kasus *tumblr* hilang di KRL. Sumber data diperoleh dari berbagai pemberitaan online, postingan media sosial terkait dengan kasus, pernyataan resmi dari perusahaan yang terdampak, serta studi pustaka yang berhubungan dengan teori-teori komunikasi,krisis dan pemulihan citra.

Adapun teknik pengumpulan data berasal dari observasi dan dokumentasi. Zainal Arifin dalam bukunya Kristanto (2018) menyatakan bahwa observasi adalah suatu metode yang melibatkan pendokumentasian dan kemudian mempelajari secara cermat berbagai peristiwa baik dalam lingkungan alamiah maupun buatan manusia dengan cara yang metodis, logis, objektif, dan masuk akal.(A. S. Sari, Aprisilia, and Fitriani 2025). Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas komentar netizen pada media sosial serta memantau diskusi public mengenai kasus tumbler hilang yang melibatkan karyawan PT Daidan Utama. Melalui observasi daring, peneliti dapat memperoleh gambaran nyata mengenai persepsi public dan bagaimana tekanan sosial terbentuk dalam ruang digital.

Teknik pengumpulan data selanjutnya yakni dokumentasi. dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (yusuf, 2014). Teknik ataupun studi dokumentasi yakni suatu bentuk cara dalam mengumpulkan data dengan berdasarkan peninggalan arsip-arsip. Dalam kasus ini, dokumentasi menyangkut unggahan resmi perusahaan, tangkapan layar komentar netizen serta dokumentasi dari konten lain yang ada hubungannya dengan hal itu.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Konten Kualitatif (Qualitative Content Analysis). Data yang diperoleh melalui observasi dan dokumentasi akan dianalisis secara sistematis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan seperti komentar netizen yang berkaitan dengan respon negatif, pemberitaan media mengenai kasus viral tumbler hilang, serta pernyataan resmi perusahaan (Ahmad Rijali 2018). Tahap kedua adalah penyajian data, yaitu menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk kategori atau coding berdasarkan tema seperti sentimen publik (positif, negatif, netral), narasi media terhadap perusahaan, serta bentuk strategi pemulihan citra yang dilakukan PT Daidan Utama. Data yang telah dikodekan kemudian dipetakan dalam tabel tematik untuk memudahkan peneliti melihat pola komunikasi, intensitas opini publik, dan framing pemberitaan media. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menampilkan data hasil penelitian dalam bentuk yang mudah dipahami, baik melalui narasi deskriptif, tabel,

bagan, atau grafik yang memperlihatkan keterkaitan antarfenomena yang diteliti (Qomaruddin and Sa'diyah 2024). Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan. Pada tahap ini peneliti menafsirkan hasil temuan untuk melihat hubungan antara opini publik di media sosial dengan keputusan perusahaan dalam menangani krisis, serta efektivitas strategi pemulihan citra yang dilakukan. Interpretasi data dilakukan dengan membandingkan hasil temuan dengan teori komunikasi krisis dan pemulihan citra yang digunakan sebagai kerangka teori. Dengan demikian, analisis data tidak hanya menggambarkan pola interaksi publik dan media, tetapi juga memberikan penjelasan mendalam mengenai bagaimana opini negatif netizen mempengaruhi reputasi perusahaan.

Agar kajian lebih sistematis, peneliti membagi pembahasan kedalam berbagai subtopic, yaitu:

1. Kronologi Kasus Hilangnya Tumblr di KRL
2. Respon Netizen terhadap kasus tersebut
3. Dampak Kasus terhadap pelaku dan PT Daidan Utama Pialang Asuransi
4. Strategi Pemulihan Citra yang diambil oleh PT. Daidan Utama Pialang Asuransi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Image Restoration Theory

Image Restoration Theory (IRT) dikemukakan oleh William Benoit pada 1995 yang merupakan kerangka kerja paling produktif dalam penelitian komunikasi krisis informal. Menurut Benoit (2024), citra dapat dipahami sebagai gambaran atau persona publik yang melekat pada seorang individu, kelompok, atau organisasi, di mana orang-orang dengan kepentingan bersama, seperti sebuah audiens, dapat mengembangkan sikap yang tumpang tindih terhadap individu, kelompok, atau organisasi tertentu. Citra dapat rusak ketika individu, kelompok, atau organisasi dituduh melakukan kesalahan. Secara kerangka teoritis, Benoit (1995) mengajukan lima strategi pemulihan citra: (a) denial (b) evading responsibility, (c) reducing offensiveness, (d) corrective action, dan (e) mortification (Aisyah Herlita Setyaningrum 2025).

a. Denial

Denial atau penyangkalan merupakan upaya yang dilakukan ketika perusahaan merasa tidak harus bertanggung jawab atas kesalahan atau tuduhan yang ditimpakan pada perusahaan tersebut.(Jason 2021) Ada 2 macam denial yakni;

- 1) Simple Denial, penolakan yang dilakukan secara langsung. Misalnya “Kami tidak pernah melakukan hal tersebut, kami tidak bertanggung jawab atas kejadian tersebut..”
- 2) Shifting Blame, penolakan yang disertai tuduhan yang mengkambing hitamkan pihak lain. “Kesalahan ini terjadi karena vendor eksternal, bukan dari pihak internal kami.”

b. Evasion of Responsibility

Benoit menjelaskan, ada 4 cara yang bisa digunakan dalam strategi ini, yaitu, provokasi (memberikan respon kepada tindakan pihak lain), maksud baik (menyatakan telah melakukan hal terbaik akan tetapi hasilnya dirasa kurang maksimal oleh pihak lain), kecelakaan (peristiwa yang tidak diharapkan dan direncanakan), defeasibility (kekurangan informasi atau ketidakmampuan organisasi dalam mengontrol situasi).

c. Reducing the offensive

Strategi ini berfokus untuk membuat publik percaya bahwa dampaknya tidak seburuk yang dilihat. Adapun berbagai upayanya seperti memberikan kompensasi berupa barang atau jasa, membandingkan dengan kasus lain, menempatkan kesalahan untuk tujuan baik yang lebih besar, menganggap kesalahan yang diperbuat hanyalah masalah kecil, dan berbagai upaya lainnya.

d. Corrective Action

Strategi ini dapat dilakukan dengan dua cara, tertuduh dapat mencoba memulihkan situasi dengan melakukan tindakan tertentu, atau berjanji untuk berperilaku berbeda di masa depan. Strategi ini merupakan upaya untuk memulihkan situasi dengan cara melakukan tindakan tentu atau memberikan janji untuk memperbaiki keadaan agar hal yang tidak diinginkan itu tidak akan terulang di masa depan.(Hasibuan et al. 2020)

e. Mortification

Strategi terakhir yakni mortification yang mengacu pada penerimaan tanggung jawab atas kesalahan yang telah terjadi. Hal ini mencakup permohonan maaf, pernyataan penyesalan, dan meminta pengampunan.

2. Respon Publik terkait Kasus Tumblr di KRL Respon Publik terkait Kasus Tumblr di KRL

Kasus Anita pemilik Tumblr yang kecewa akan pelayanan petugas KRL cukup menyita perhatian publik akhir-akhir ini, apalagi di media sosial. Pasalnya, konflik ini bermula ketika Anita mengeluhkan perasaannya di akun X nya, @anitadwl. Singkatnya, beredar kabar bahwa petugas kereta yang bersangkutan dipecat dari pekerjaannya. Alih-alih mendapat dukungan dari publik, Anita justru mendapat kritikan bahkan hujatan. Berikut contoh komentar netizen terkait dengan kasus tersebut, dikutip dari akun Instagram @jakarta24jam.id.



Gambar 1 Komentar Netizen di akun Instagram @jakarta24jam.id

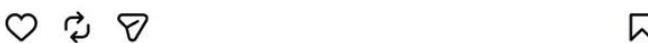
Menariknya, netizen bukan hanya menghujat Anita secara objektif berdasarkan kesalahannya. Beberapa dari mereka malah menyerang personal termasuk tempat Anita bekerja yakni perusahaan asuransi bernama PT. Daidan Utama Pialang Asuransi.

PT Daidan Utama merupakan perusahaan yang bergerak di sektor jasa pialang asuransi dengan berlokasi di Tanah Abang, Jakarta Pusat. Perusahaan ini menjalankan peran sebagai perantara profesional antara perusahaan penyedia asuransi dan masyarakat yang membutuhkan perlindungan finansial. Melalui fungsi broker, PT Daidan Utama membantu nasabah dalam menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan finansial mereka, disertai dengan rekomendasi yang didasarkan pada analisis kebutuhan klien. Dalam operasionalnya, perusahaan tidak menciptakan atau menjual produk asuransi secara langsung, melainkan berfokus pada penghubungan dan pendampingan transaksi, sebuah model bisnis yang lazim diterapkan dalam industri asuransi modern.(Fitriani 2025)

Perusahaan ini mulai marak jadi perbincangan ketika netizen mengaitkan Anita pada perusahaan tempat ia bekerja. Mereka menyebut nama perusahaan dan beramai-

ramai men-tag akun instagram resmi perusahaan tersebut. Hingga pada akhirnya, PT Daidan Utama ini tak lepas dari cibiran Netizen hingga mereka menon-aktifkan komentar pada akun Instagram mereka.

 daidanutama Segenap Komisaris, Direksi dan Karyawan PT Daidan Utama Pialang Asuransi mengucapkan:
Selamat Hari Pahlawan Nasional - 10 November 2025 ID
Marilah kita terus bergerak melanjutkan perjuangan para pahlawan kita 
#haripahlawan
#haripahlawannasional
#indonesia
5w



Liked by m_arjuna12 and others
November 10

Gambar 2 Sebelumnya banyak komentar yang menyerang akun @daidanutama namun sekarang sudah dinonaktifkan

3. Dampak Kasus terhadap pelaku dan PT Daidan Utama Pialang Asuransi

A. Dampak Kasus Terhadap Pelaku

1. Dampak Hukum dan Ketenagakerjaan

Keterlibatan individu dalam suatu kasus di lingkungan perusahaan jasa keuangan berpotensi menimbulkan konsekuensi hukum dan ketenagakerjaan yang signifikan. Dalam perspektif hukum ketenagakerjaan, hubungan kerja antara perusahaan dan karyawan didasarkan pada perjanjian kerja serta peraturan perusahaan yang mengatur hak, kewajiban, dan standar perilaku. Apabila karyawan terbukti melanggar ketentuan tersebut, perusahaan berwenang menetapkan sanksi administratif hingga pemutusan hubungan kerja sebagai bentuk penegakan disiplin dan perlindungan terhadap kepentingan organisasi. Penerapan sanksi ketenagakerjaan bertujuan tidak hanya untuk menghukum individu, tetapi juga untuk menjaga integrasi dan kredibilitas perusahaan. Dalam individu jasa keuangan, pelanggaran etika atau hukum oleh individu dapat berdampak luas karena berkaitan dengan kepercayaan Klien dan pemangku kepentingan. Oleh karena,

tindakan tegas namun proposal menjadi bagian dari mekanisme pengendalian internal perusahaan. Selain sanksi internal, pelaku juga dapat menghadapi proses hukum eksternal apabila perbuatannya termasuk dalam kategori melawan hukum. Proses hukum tersebut dapat menimbulkan ketidak pastian status pekerjaan, beban biaya hukum, serta risiko sanksi pidana atau perdata yang berdampak langsung pada keberlanjutan karier dan kehidupan sosial individu.(Cendekiawan et al. 2025)

2. Dampak Reputasi dan Karier Profesional

Reputasi profesional merupakan asset tidak berwujud yang sangat bernilai bagi individu yang bekerja di sektor jasa keuangan. Keterlibatan dalam suatu kasus dapat menyebabkan penurunan reputasi yang signifikan, terutama ketika kasus tersebut mendapat perhatian public atau media. Reputasi yang tercoreng dapat memengaruhi persepsi perusahaan lain, mitra kerja, dan pemangku kepentingan terhadap kompetensi dan integritas individu. Dalam jangka panjang, kerusakan reputasi berpotensi menghambat perkembangan karier pelaku. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang terlibat dalam kasus etika atau hukum cenderung menghadapi kesulitan dalam memperoleh posisi profesional yang setara di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa dampak reputasi bersifat berkelanjutan dan tidak selalu berakhir seiring selesainya proses hukum. Selain itu, penurunan reputasi juga dapat dampak pada kepercayaan diri dan motivasi kerja individu. Kondisi ini dapat memperburuk posisi profesional pelaku dan mempersempit peluang untuk kembali berkontribusi secara optimal di industri jasa keuangan.(Veh, Göbel, and Vogel 2019)

3. Dampak Sosial dan Psikologis

Selain aspek hukum dan karier, pelaku juga menghadapi dampak sosial dan psikologis yang tidak kalah penting. Tekan akibat sorotan publik, stigma sosial, dan ketik pastian masa depan dapat memicu stress, kecemasan, dan gangguan kesehatan mental. Kondisi ini sering kali diperburuk oleh proses hukum yang berlangsung lama dan penuh ketik pastian. Dampak psikologis tersebut hanya memengaruhi individu, tetapi juga berdampak pada lingkungan keluarga dan sosialnya. Hubungan interpersonal dapat terganggu, dan individu berisiko mengalami isolasi akibat persepsi negative dari lingkungan sekitar. Literatur psikologis organisasi menunjukkan bahwa kehilangan pekerjaan atau konflik hukum berkepanjangan dapat meningkatkan risiko depresi. Oleh karena itu, dampak sosial dan psikologis

merupakan konsekuensi serius yang perlu diperhatikan dalam analisis dampak kasus terhadap individu.(Sulastri 2025)

B. Dampak Kasus Terhadap PT Daidan Utama Palang Asuransi

1. Dampak terhadap Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan aset strategis yang menentukan keberlangsungan bisnis di sektor jasa keuangan. Kasus internal yang melibatkan karyawan dapat menurunkan tingkat kepercayaan klien dan mitra bisnis terhadap perusahaan. Penurunan reputasi ini dapat berdampak langsung pada loyalitas pelanggan dan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan bangsa pasar. Penelitian empiris menunjukkan bahwa krisis reputasi akibat pelanggaran etika atau hukum sering kali diikuti oleh penurunan kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, reputasi menjadi aspek yang harus dikelola secara serius melalui komunikasi krisis dan tindakan korektif yang transparan. Dalam konteks PT Daidan Utama Palang Asuransi, pengelolaan reputasi menjadi krusial untuk menjaga kepercayaan pemangku kepentingan dan memastikan keberlangsungan usaha ditengah persaingan industri.(Prof Rachmat Kriyantono 2022)

2. Dampak terhadap Tata Kelola Perusahaan dan Kepatuhan

Kasus internal sering kali mencerminkan kelemahan dalam penerapan prinsip Good Corporate Governance (GCG). Prinsip GCG menekankan transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independen, dan keajaran dalam pengelolaan perusahaan. Ketika prinsip-prinsip ini tidak dijalankan secara optimal, risiko terjadinya pelanggaran etika dan hukum akan meningkatkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem pengendalian internal, audit, dan kebijakan kepatuhan. Penguatan tata kelola perusahaan menjadi langkah strategis untuk mencegah terulangnya kasus serupa dimasa depan. Selain itu, perusahaan pialang asuransi berada dibawah pengawasan regulasi seperti OJK. Kasus internal dapat memicu peningkatan pengawasan dan audit regulator, sehingga menuntut perusahaan untuk memperkuat budaya kepatuhan. Kasus hilangnya tumbler di lingkungan kerja PT Daidah Utama pialang Asuransi, meskipun bernilai materi kecil, mencerminkan pentingnya tata kelola perusahaan dan sistem pengendalian internal. Insiden ini menunjukkan adanya potensi kelemahan dalam pengawasan dan akuntabilitas perilaku karyawan. Berdasarkan penelitian Usmany

dkk, tata kelola perusahaan yang baik ditandai oleh transparansi, mekanisme pengaduan, serta penegakan kebijakan etika yang konsisten, yang secara signifikan memengaruhi reputasi perusahaan dimata pemangku kepentingan. Oleh karena itu, respons perusahaan terhadap kasus ini menjadi indicator sejauh mana prinsip tata kelola yang baik benar-benar diterapkan dalam praktik sehari-hari. Selain itu, kasus tersebut juga berkaitan dengan aspek kepatuhan dan praktik etis dalam organisasi. Penanganan insiden secara procedural dan transparan mencerminkan komitmen perusahaan terhadap kepatuhan internal dan budaya etika. Usmany dkk, menegaskan bahwa kepatuhan terhadap aturan serta penerapan praktik etis berkontribusi positif terhadap reputasi perusahaan dan kepercayaan public. Dengan demikian, penyelesaian kasus tumbler yang hilang secara adil dan sesuai kebijakan internal menjadi langkah penting bagi PT Daidah Pialang Asuransi dalam menjaga reputasi serta keberlanjutan usaha ditengah persaingan industri jasa keuangan.(Usmany et al. 2024)

4. Strategi Pemulihan Citra yang diambil oleh PT. Daidan Utama Pialang Asuransi

Kasus pemecatan Anita oleh PT. Daidan Utama Pialang Asuransi menjadi perhatian publik setelah ramai muncul komentar negatif dari netizen untuk PT. Daidan Utama Pialang Asuransi di media sosial. Tekanan opini publik yang berkembang dimedia sosial mengancam perusahaan akan terjadi situasi krisis reputasi, di mana citra perusahaan dinilai oleh khalayak bahwa perusahaan tidak profesional dan tidak peduli terhadap nilai-nilai sosial dalam kasus yang sedang hangat diperbincangkan. Dalam konteks ini, PT. Daidan Utama Pialang Asuransi mengambil langkah atau strategi *corrective action* sebagai salah satu strategi utama pemulihan citra sebagaimana dijelaskan dalam *Image Restoration Theory* oleh William L. Benoit.

Image Restoration Theory memberikan gambaran mengenai teori pemulihan citra perusahaan. Teori ini bertujuan untuk mempertahankan citra positif perusahaan. Benoit berasumsi bahwa citra yang uruk, maka komunikator dari sebuah perusahaan akan berupaya untuk mengembalikan citra positif atau nama baik dengan berbagai strategi yang harus diterapkan. Mempertimbangkan untuk memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap serangan atau keluhan yang terjadi pada masa krisis. Dalam teori ini Benoit mengatakan untuk memperhatikan dua komponen yang perlu diperhatikan ketika terjadi

krisis yang terkait dengan pencitraan. Pertama, organisasi harus memberikan tanggung jawab dengan melakukan tindakan, kedua tindakan yang dibangun tersebut harus berkaitan dengan mempertimbangkan efek yang akan muncul dan diharuskan efek yang ditimbulkan tersebut memunculkan reaksi yang positif.(Selvina et al. 2017)

Salah satu strategi utama dalam teori ini adalah *corrective action*, dalam hal ini yang dilakukan organisasi untuk memperbaiki citra yg rusak adalah dengan cara menjanjikan bahwa tindakan (kesalahan) yang terjadi akan diperbaiki lebih baik lagi ke depannya. Dengan janji-janji yang meyakinkan, diharapkan citra positifnya kembali lagi. (F. F. Sari et al. 2025). Corrective action menekankan bahwa organisasi, mengakui adanya permasalahan, melakukan tindakan konkret untuk memperbaiki situasi dan menunjukkan komitmen terhadap nilai dan norma sosial yang berlaku. Strategi ini dianggap efektif dalam konteks krisis yang melibatkan dimensi etika dan moral, terutama ketika tekanan publik meningkat melalui media sosial.

Seperti yang dilihat pada postingan akun @daidanutama pada tanggal 27 november 2025.



Pada penyampaian yang dibagikan di akun sosial media, berisi mulai dari keprihatinan pihak perusahaan atas kejadian yang menimpa karyawan KRL tentang

pemutusan hubungan kerja, hingga pernyataan bahwa Anita sudah tidak bekerja lagi di perusahaan mereka. Pemecatan Anita oleh PT. Daidan Utama Pialang Asuransi dapat dikatakan bahwa ini sebagai bentuk menerapkan strategi *corrective action*. Strategi tersebut sebagai langkah awal perusahaan menunjukkan sikap tegas terhadap Anita yang dianggap sebagai penyebab memicu terjadinya krisis reputasi. Dalam perspektif Image Restoration Theory, tindakan ini bertujuan untuk memisahkan citra perusahaan dari perilaku individu yang dipersepsikan negatif oleh publik (Benoit & Pang, 2008). Pemecatan ini berfungsi sebagai symbol tanggung jawab perusahaan kepada public bahwa perusahaan tidak membenarkan tindakan yang bertentangan dengan nilai-nilai sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Coombs (2015) yang menyatakan bahwa tindakan korektif sering digunakan organisasi untuk menunjukkan kontrol dan kepemimpinan dalam situasi krisis.

Dari sudut pandang pemulihan citra, *corrective action* yang dilakukan perusahaan memiliki efektivitas terbatas. Di satu sisi tindakan pemecatan mampu meredam komentar negatif dan menunjukkan ketegasan. Tetapi disisi lain, tanpa disertai strategi pendukung seperti transparansi kebijakan internal dan permintaan maaf menimbulkan pandangan bahwa pengusaha sepenuhnya tunduk pada perkataan netizen. (Benoit, 2015).

Berdasarkan *Image Restoration Theory*, pemecatan Anita oleh PT. Daidan Utama Pialang Asuransi dapat dikategorikan sebagai strategi *corrective action* dalam upaya pemulihan citra perusahaan. Tindakan ini mencerminkan respons organisasi terhadap krisis reputasi yang dipicu oleh tekanan opini publik di media sosial. Namun, efektivitas strategi tersebut masih bersifat jangka pendek dan perlu diperkuat dengan komunikasi krisis yang lebih komprehensif agar pemulihan citra dapat berlangsung secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa viralnya kasus hilangnya tumbler di KRL tidak hanya berdampak pada individu yang terlibat, tetapi juga menyeret PT Daidan Utama Pialang Asuransi ke dalam krisis reputasi akibat tekanan opini publik di media sosial. Perkembangan kasus ini menunjukkan betapa kuatnya peran media dan netizen dalam membentuk persepsi publik terhadap citra perusahaan.

PT Daidan Utama Pialang Asuransi merespons krisis tersebut dengan menerapkan strategi *corrective action* sebagaimana dijelaskan dalam Image Restoration Theory, yaitu melalui pemutusan hubungan kerja terhadap karyawan yang dianggap memicu kegaduhan. Tindakan ini dimaksudkan untuk menunjukkan tanggung jawab perusahaan serta memisahkan citra organisasi dari perilaku individu yang dinilai bertentangan dengan nilai-nilai sosial.

Namun, strategi pemulihan citra yang dilakukan dinilai belum sepenuhnya optimal karena tidak disertai dengan pendekatan komunikasi krisis yang lebih menyeluruh, seperti transparansi kebijakan, klarifikasi terbuka, dan pernyataan empati kepada publik. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa pemulihan citra perusahaan di era media sosial membutuhkan kombinasi antara tindakan korektif dan strategi komunikasi yang berkelanjutan agar kepercayaan publik dapat dipulihkan secara jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Rijali. 2018. "Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Alhadharah* 17(33).
- Aisyah Herlita Setyaningrum. 2025. "STRATEGI PEMULIHAN CITRA ORGANISASI BERBASIS IMAGE REPAIR THEORY : TINJAUAN PUSTAKA SISTEMATIS 2021- 2025." 7(2):185–201.
- Cendekiawan, Ikatan, Muda Akuntansi, Rahma Umnun Mabyuni, Ilham Ramadhan Ersyafdi, and Fitriah Ulfah. 2025. "Jurnal Akuntansi Publik Nusantara (JURALINUS) Dampak GoodICorporateIGovernance I (GCG) ITerhadapKecurangan : Sudut Pandang Dari Studi Literatur." 3(1):1–7.
- Enggelin, Aprisany, and Syrlia Selmi. n.d. "Analisis Strategi Komunikasi KPI Menggunakan Situational Theory of Public Relation (Kasus Pernikahan Atta-Aurel)."
- Firman, Muhammad. 2025. "Kronologi Lengkap Kasus Tumbler Tuku Hilang Di KRL Yang Bikin Geger." *Berita Satu*.
- Fitriani, Ludvia Tria. 2025. "Apa Sebenarnya Bidang Usaha PT Daidan Utama Dan Siapa Pendiri Aslinya? Publik Pertanyakan Profil Serta Aset." *Media Blitar* 1. Retrieved (https://mediablitar.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-329828446/apa-sebenarnya-bidang-usaha-pt-daidan-utama-dan-siapa-pendiri-aslinya-publik-pertanyakan-profil-serta-aset).

- Hasibuan, M. Ramzy, Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia, Kota Depok, and Jawa Barat. 2020. “STRATEGI IMAGE REPAIR PT HM SAMPOERNA TBK PADA PERISTIWA ‘ KARYAWAN PABRIK SURABAYA POSITIF COVID- 19 .’” 15:1–18. doi: 10.20885/komunikasi.vol15.iss1.art1.
- Jason, Ray Embrey. 2021. “Image Restoration Theory.” 5(2):150–68. doi: 10.30596/interaksi.v5i2.6417.
- March, Shandi. 2025. “Dianggap Tidak Etis, Anita Pemilik Tumbler Hilang Di KRL Dipecat Perusahaan.” *Lensaberitajakarta*.
- Novendawati, Wahyu Sitasari. 2022. “Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif.” *Forum Ilmiah* 19(1):77–84.
- Prof Rachmat Kriyantono, Ph. 2022. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- Qomaruddin, and Halimah Sa’diyah. 2024. “Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif.” *Journal of Management, Accounting and Administration* 1(2):77–84.
- Sari, Aisyah Sekar, Nadia Aprisilia, and Yessi Fitriani. 2025. “Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif.” *Indonesian Research Journal on Education* 5(4):539–45. doi: 10.31004/irje.v5i4.3011.
- Sari, Fifi Filia, Iriana Bakti, Susie Perbawasari, Fifi Filia Sari, Iriana Bakti, Susie Perbawasari, and Fifi Filia Sari. 2025. “Strategi Komunikasi Krisis PT Telkom Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Akibat Gangguan Jaringan Internet Di Kabupaten Merauke.” *Jurnal Sosial Politik* 8090:211. doi: 10.22219/jurnalsospol.v11i2.39884.
- Selvina, Oleh ., L. Lengkong, Mariam Sondakh, and J. W. Londa. 2017. “Strategi Pemasaran Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megasmas Manado).” *Acta Diurna* VI(1):7.
- Sulastri. 2025. “Kesejahteraan Keuangan Keluarga.”
- Usmany, Paul, Natal Kristiono, Ade Onny Siagian, Universitas Pattimura, Universitas Negeri Semarang, Universitas Bina, and Sarana Informatika. 2024. “No Title.” 7:7103–11.

Veh, Annika, Markus Göbel, and Rick Vogel. 2019. “Corporate Reputation in Management Research: A Review of the Literature and Assessment of the Concept.”

Business Research 12(2):315–53. doi: 10.1007/s40685-018-0080-4.

Widyastuti, Aritma, and Widiyatmo Ekoputro. 2023. “Strategi Komunikasi Krisis Humas Pemkab Nganjuk Dalam Pemulihan Citra Pasca Kasus Korupsi.” *Sintesa* 2(02):128–29.