

STRATEGI KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN DALAM MENGATASI KRISIS DI J&T EXPRESS CABANG LIMO KOTA DEPOK

Najwa Nafa Azzahra¹, Tuty Mutiah², Faris Saputra Dewa³

^{1,2,3} Universitas Bina Sarana Informatika

¹anajwanafa@gmail.com

ABSTRACT

Operational crises in logistics service companies are among the major challenges that can disrupt the distribution process and affect customer trust in service quality. Therefore, effective leadership communication strategies are essential to ensure that crisis management is carried out efficiently and appropriately. This study aims to analyze the leadership communication strategy in managing operational crises at J&T Express Limo Branch, Depok City, using the perspective of the Situational Crisis Communication Theory (SCCT). This research employed a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving the Supervisor (SPV) and the Operational Administrator as the research informants. The data were analyzed using the Miles and Huberman model, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was ensured through triangulation techniques. The findings indicate that operational crises are caused by both internal and external factors, including increased shipment volume, operational errors, system disruptions, adverse weather conditions, and traffic congestion. To address these challenges, the company implements leadership communication strategies that emphasize prompt responses, transparency, consistent communication, and accountability through internal coordination and effective communication with customers. In addition, the company conducts evaluations of the causes of crises and improves operational procedures to enhance the effectiveness of crisis management. The implementation of these communication strategies contributes to maintaining and restoring customer trust in the services provided by J&T Express Limo Branch, Depok City.

Keywords: *leadership communication strategy; crisis communication; Situational Crisis Communication Theory (SCCT); customer trust.*

ABSTRAK

Krisis operasional yang terjadi pada perusahaan jasa logistik merupakan salah satu tantangan yang dapat menghambat kelancaran proses distribusi sekaligus mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi kepemimpinan yang efektif agar penanganan krisis dapat dilakukan secara tepat dan terarah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kepemimpinan dalam mengatasi krisis operasional di J&T Express Cabang Limo Kota Depok dengan menggunakan pendekatan *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap Supervisor (SPV) serta Admin Operasional sebagai informan utama. Selanjutnya,

data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa krisis operasional dipicu oleh faktor internal maupun eksternal, seperti meningkatnya volume pengiriman, kesalahan dalam proses operasional, gangguan sistem, kondisi cuaca yang tidak mendukung, serta kemacetan lalu lintas. Dalam mengatasi kondisi tersebut, perusahaan menerapkan strategi komunikasi yang menekankan respons yang cepat, keterbukaan informasi, konsistensi penyampaian pesan, serta tanggung jawab melalui koordinasi internal dan komunikasi kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan juga melakukan evaluasi terhadap penyebab krisis dan penyempurnaan prosedur operasional sebagai langkah peningkatan efektivitas penanganan krisis. Penerapan strategi komunikasi tersebut dinilai mampu membantu mempertahankan sekaligus memulihkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan J&T Express Cabang Limo Kota Depok.

Kata kunci: strategi komunikasi kepemimpinan, komunikasi krisis, *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, kepercayaan pelanggan.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya melalui meningkatnya transaksi berbasis digital. Pertumbuhan *electronic commerce (e-commerce)* mendorong meningkatnya kebutuhan akan layanan logistik yang berperan dalam mendukung proses distribusi barang dan kelancaran rantai pasok (*supply chain*). Kondisi tersebut menuntut perusahaan jasa logistik untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan berkualitas agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan (Fadilah & Nasution, 2023).

Di sisi lain, meningkatnya permintaan layanan logistik juga memunculkan

berbagai tantangan operasional. Volume pengiriman yang terus bertambah berpotensi menyebabkan keterlambatan distribusi, kesalahan dalam proses sortir, gangguan pada sistem operasional, serta meningkatnya jumlah keluhan pelanggan.

Row Labels	Count of No AWB
LIMO	3384
Grand Total	3384

Gambar 1. Data Lonjakan Paket
Pada Periode Tertentu

Permasalahan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal, seperti tingginya beban kerja dan kesalahan operasional, maupun faktor eksternal, seperti cuaca yang kurang mendukung dan kemacetan lalu lintas. Apabila tidak ditangani secara efektif,

kondisi tersebut dapat berdampak pada menurunnya kualitas pelayanan serta kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, komunikasi kepemimpinan menjadi salah satu aspek yang berperan penting dalam mendukung efektivitas penanganan krisis. Komunikasi yang berlangsung secara jelas, cepat, dan terarah mampu memperkuat koordinasi antarbagian, mempercepat proses pengambilan keputusan, serta memastikan setiap anggota organisasi memahami tugas dan tanggung jawabnya. Kepemimpinan merupakan kemampuan seseorang dalam memengaruhi, mengarahkan, menginspirasi, dan menggerakkan individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan organisasi (Ariyani dkk, 2025). Sejalan dengan itu, (Herayati, 2021) menyatakan bahwa pemimpin memiliki peran sebagai pengarah, pengendali, sekaligus pemberi motivasi agar seluruh aktivitas organisasi dapat berjalan secara efektif. Dengan demikian, komunikasi kepemimpinan menjadi unsur penting dalam mendukung organisasi ketika menghadapi situasi krisis. Penelitian ini menggunakan

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikembangkan oleh Coombs (2007) sebagai landasan dalam menganalisis strategi komunikasi organisasi. SCCT menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan harus disesuaikan dengan karakteristik krisis serta tingkat tanggung jawab organisasi agar dampak negatif terhadap reputasi dapat diminimalkan dan kepercayaan publik tetap terjaga. Melalui pendekatan tersebut, organisasi dapat menentukan bentuk respons yang paling sesuai dengan kondisi krisis yang dihadapi. Sebagai salah satu perusahaan jasa logistik, J&T Express Cabang Limo Kota Depok menghadapi berbagai tantangan operasional yang berpotensi menimbulkan krisis. Hasil observasi awal dan wawancara menunjukkan bahwa perusahaan kerap menghadapi keterlambatan pengiriman paket, kesalahan proses sortir, gangguan sistem operasional, serta meningkatnya keluhan pelanggan. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh faktor internal, seperti meningkatnya volume pengiriman, keterbatasan sumber daya manusia, dan kesalahan operasional, serta faktor eksternal

berupa cuaca, kemacetan, dan hambatan distribusi lainnya. Situasi ini menunjukkan pentingnya penerapan strategi komunikasi kepemimpinan yang mampu mendukung koordinasi internal sekaligus memastikan penanganan krisis berlangsung secara cepat dan efektif.

Dalam implementasinya, komunikasi kepemimpinan tidak hanya berfungsi untuk memperkuat koordinasi di dalam organisasi, tetapi juga sebagai sarana membangun komunikasi dengan pelanggan. Penyampaian informasi mengenai penyebab krisis, perkembangan proses penanganan, serta estimasi penyelesaian secara terbuka dan konsisten menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan mempertahankan reputasi organisasi selama krisis berlangsung.

Meskipun penelitian mengenai komunikasi krisis telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus membahas strategi komunikasi kepemimpinan pada perusahaan jasa logistik masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada komunikasi organisasi atau pengelolaan reputasi setelah krisis terjadi. Oleh karena itu, penelitian ini

menawarkan perspektif yang berbeda dengan menganalisis strategi komunikasi kepemimpinan dalam mengatasi krisis operasional di J&T Express Cabang Limo Kota Depok menggunakan *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*. Analisis difokuskan pada empat dimensi utama SCCT, yaitu identifikasi krisis, atribusi tanggung jawab organisasi, strategi respons krisis, dan dampaknya terhadap kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kepemimpinan dalam mengatasi krisis di J&T Express Cabang Limo Kota Depok menggunakan perspektif *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi kepemimpinan dan komunikasi krisis, sekaligus menjadi masukan bagi perusahaan jasa logistik dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif guna meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan.

B. Metode Penelitian

Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif digunakan untuk menganalisis Strategi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Mengatasi Krisis Operasional di J&T Express Cabang Limo Kota Depok secara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengkaji fenomena berdasarkan kondisi nyata di lapangan melalui interpretasi terhadap pengalaman, pandangan, dan informasi yang disampaikan oleh informan. Sementara itu, metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis penerapan strategi komunikasi kepemimpinan berdasarkan perspektif *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Penelitian dilaksanakan di J&T Express Cabang Limo Kota Depok. Penentuan lokasi penelitian didasarkan pada ditemukannya berbagai permasalahan operasional, seperti keterlambatan pengiriman paket, kesalahan dalam proses sortir, gangguan sistem operasional, serta meningkatnya keluhan pelanggan. Fenomena tersebut menjadikan lokasi penelitian relevan untuk mengkaji implementasi strategi komunikasi

kepemimpinan dalam menghadapi krisis operasional.

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Informan penelitian terdiri atas Supervisor (SPV) dan Admin Operasional J&T Express Cabang Limo Kota Depok karena keduanya terlibat secara langsung dalam penanganan krisis operasional serta memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai proses komunikasi yang berlangsung di dalam organisasi. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, pandangan, serta strategi komunikasi yang diterapkan dalam menghadapi krisis operasional. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung aktivitas operasional perusahaan dan proses komunikasi yang berlangsung di lapangan. Adapun dokumentasi dimanfaatkan sebagai data pendukung yang meliputi dokumen perusahaan, dokumentasi kegiatan penelitian, serta berbagai dokumen

lain yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data yang telah diperoleh diseleksi, dikelompokkan, dan disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif agar memudahkan proses analisis dan interpretasi. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis untuk memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi kepemimpinan dalam mengatasi krisis operasional di J&T Express Cabang Limo Kota Depok. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penerapan teknik ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan keandalan temuan penelitian sehingga data yang diperoleh memiliki tingkat validitas yang lebih baik serta mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian dan pembahasan ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kepemimpinan dalam mengatasi krisis operasional di J&T Express Cabang Limo Kota Depok dengan menggunakan *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* sebagai kerangka analisis. Temuan penelitian diperoleh melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi yang menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi berbagai bentuk krisis operasional yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Untuk mengatasi kondisi tersebut, perusahaan menerapkan strategi komunikasi yang berfokus pada penguatan koordinasi internal, penyampaian informasi secara terbuka, konsistensi komunikasi, serta tanggung jawab kepada pelanggan guna meminimalkan dampak krisis dan menjaga kepercayaan pelanggan. Selanjutnya, hasil penelitian dianalisis berdasarkan empat dimensi utama *SCCT*, yaitu identifikasi krisis, atribusi tanggung jawab organisasi, strategi respons krisis, dan dampaknya terhadap kepercayaan pelanggan.

1. Identifikasi Krisis

Krisis operasional menjadi permasalahan yang paling sering dihadapi J&T Express Cabang Limo Kota Depok, terutama ketika aktivitas distribusi paket mengalami peningkatan. Berdasarkan wawancara dengan Supervisor (SPV) dan Admin Operasional, kondisi tersebut ditandai dengan keterlambatan pengiriman, kesalahan proses sortir, gangguan sistem operasional, serta meningkatnya keluhan pelanggan. Kondisi tersebut umumnya terjadi ketika volume pengiriman mengalami lonjakan, seperti pada periode Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), menjelang hari raya, maupun saat berlangsungnya berbagai program promosi *e-commerce*. Selain dipengaruhi oleh tingginya volume paket yang harus diproses, krisis juga dipicu oleh faktor eksternal, seperti cuaca yang kurang mendukung, kemacetan lalu lintas, dan berbagai hambatan distribusi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa krisis operasional tidak hanya bersumber dari proses internal perusahaan, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi di luar kendali organisasi yang dapat menghambat kelancaran distribusi

paket. Ketika krisis terjadi, langkah pertama yang dilakukan pimpinan adalah mengidentifikasi penyebab permasalahan sebelum menentukan tindakan yang akan diambil. Informasi mengenai keterlambatan pengiriman, kendala pada proses sortir, maupun gangguan sistem diperoleh melalui koordinasi antara Supervisor dan Admin Operasional. Informasi tersebut kemudian digunakan untuk menentukan prioritas penanganan, membagi tugas kepada karyawan, serta menyusun informasi yang akan disampaikan kepada pelanggan. Kondisi tersebut memperlihatkan, komunikasi internal menjadi bagian penting dalam proses penanganan krisis karena membantu perusahaan memahami situasi yang sedang dihadapi dan mengambil keputusan secara lebih cepat serta tepat.

Fenomena yang ditemukan di J&T Express Cabang Limo Kota Depok dapat dipahami melalui perspektif *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*. Menurut Coombs (2007) yang dikutip oleh (Ugahari dan Apriliani, 2025). Teori tersebut menjelaskan bahwa strategi komunikasi organisasi perlu disesuaikan dengan karakteristik krisis dan tingkat tanggung jawab

yang dipersepsikan publik terhadap organisasi. Dengan kata lain, sebelum menentukan respon komunikasi, organisasi perlu memahami terlebih dahulu penyebab terjadinya krisis. Berdasarkan temuan penelitian, krisis yang terjadi di J&T Express Cabang Limo Kota Depok lebih sesuai dikategorikan sebagai *accidental cluster*, yaitu krisis yang muncul akibat gangguan operasional maupun kondisi yang tidak direncanakan. Oleh karena itu, identifikasi krisis menjadi tahap yang penting untuk menentukan strategi komunikasi yang tepat sekaligus meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Selain membantu mengidentifikasi penyebab krisis, komunikasi kepemimpinan juga berperan dalam memperlancar koordinasi selama proses penanganan berlangsung. Arahan yang diberikan pimpinan membuat setiap karyawan lebih memahami kondisi yang sedang terjadi, mengetahui prioritas pekerjaan, serta memahami langkah yang harus segera dilakukan. Dengan demikian, proses identifikasi krisis tidak hanya bertujuan menemukan sumber permasalahan, tetapi juga menjadi dasar dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif

sehingga penanganan krisis dapat berjalan lebih terarah dan kualitas pelayanan kepada pelanggan tetap terjaga.

2. Tingkat Tanggung Jawab Organisasi

J&T Express Cabang Limo Kota Depok menerapkan tanggung jawab organisasi secara proporsional dalam menghadapi berbagai krisis operasional. Berdasarkan wawancara dengan Supervisor dan Admin Operasional, perusahaan tidak menyalahkan individu ketika terjadi permasalahan. Sebaliknya, pimpinan terlebih dahulu melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi penyebab krisis sebelum menentukan langkah penyelesaian yang paling tepat. Pendekatan tersebut memungkinkan setiap keputusan diambil secara objektif dengan berfokus pada penyelesaian akar permasalahan, sekaligus meminimalkan potensi konflik di lingkungan kerja. Selain itu, proses evaluasi juga dimanfaatkan sebagai bahan perbaikan agar permasalahan serupa tidak kembali terjadi pada periode berikutnya.

Tanggung jawab organisasi tidak hanya diwujudkan melalui penyelesaian kendala operasional,

tetapi juga melalui komunikasi yang dibangun dengan pelanggan. Saat terjadi keterlambatan pengiriman atau gangguan distribusi, perusahaan berupaya memberikan penjelasan mengenai penyebab permasalahan, menyampaikan perkembangan proses penanganan, serta memberikan estimasi waktu penyelesaian. Di lingkungan internal, pimpinan memperkuat koordinasi melalui briefing, komunikasi langsung, dan pemanfaatan media komunikasi internal sehingga seluruh karyawan memiliki pemahaman yang sama mengenai langkah yang harus dilakukan. Komunikasi yang terbuka dan konsisten tersebut menjadi bentuk tanggung jawab perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan sekaligus mengurangi ketidakpastian yang dirasakan pelanggan.

Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui konsep atribusi tanggung jawab dalam *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, yang menjelaskan bahwa persepsi publik terhadap tingkat tanggung jawab organisasi akan memengaruhi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Oleh karena itu, organisasi perlu memahami sejauh mana tanggung jawabnya terhadap

krisis agar dapat menentukan respons yang sesuai. Komunikasi yang dilakukan secara terbuka, konsisten, dan bertanggung jawab mampu membantu organisasi mempertahankan reputasi sekaligus mengurangi persepsi negatif publik selama krisis berlangsung (Fahmi dan Poernomo, 2025). Hal tersebut tercermin pada J&T Express Cabang Limo Kota Depok yang memilih mengakui adanya kendala operasional, memberikan informasi secara transparan kepada pelanggan, serta lebih memfokuskan upaya pada penyelesaian masalah daripada mencari pihak yang harus disalahkan. Pendekatan ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan sekaligus mempertahankan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan.

Secara keseluruhan, penerapan tanggung jawab organisasi di J&T Express Cabang Limo Kota Depok memperlihatkan bahwa komunikasi kepemimpinan memiliki peran yang penting dalam pengelolaan krisis operasional. Peran pimpinan tidak hanya sebatas mengambil keputusan, tetapi juga memastikan setiap proses komunikasi berjalan dengan efektif

sehingga koordinasi internal tetap terjaga, pelayanan kepada pelanggan dapat dipertahankan, dan proses pemulihan operasional berlangsung secara lebih optimal.

3. Strategi Respon Krisis

Strategi komunikasi yang diterapkan J&T Express Cabang Limo Kota Depok berfokus pada penyampaian informasi yang cepat, terbuka, konsisten, dan bertanggung jawab. Ketika krisis operasional terjadi, pimpinan segera berkoordinasi dengan Supervisor, Admin Operasional, dan karyawan untuk mengidentifikasi permasalahan serta menentukan langkah penanganan yang perlu dilakukan. Koordinasi tersebut dilakukan melalui *briefing*, komunikasi langsung, dan grup WhatsApp operasional agar seluruh karyawan memperoleh informasi yang sama serta memahami tugas dan tanggung jawab masing-masing. Pola komunikasi tersebut membantu perusahaan mempercepat proses pengambilan keputusan sehingga penanganan krisis dapat dilakukan dengan lebih efektif. Dengan memperkuat komunikasi internal, perusahaan juga memberikan perhatian terhadap komunikasi

dengan pelanggan. Informasi mengenai penyebab keterlambatan pengiriman, gangguan operasional, maupun perkembangan proses penanganan disampaikan secara terbuka agar pelanggan memperoleh kepastian mengenai kondisi yang sedang terjadi. Informasi tersebut disampaikan secara jelas tanpa menutupi permasalahan yang dihadapi perusahaan. Dengan cara tersebut, pelanggan tidak hanya mengetahui adanya keterlambatan, tetapi juga memahami penyebabnya, langkah penanganan yang sedang dilakukan, serta estimasi waktu penyelesaian. Pendekatan ini mencerminkan bahwa komunikasi yang transparan berperan penting dalam mengurangi ketidakpastian yang dirasakan pelanggan selama proses penanganan krisis.

Upaya perusahaan tidak berhenti pada penyampaian informasi. Setiap krisis yang terjadi juga dievaluasi untuk mengetahui penyebab utama permasalahan, menilai efektivitas langkah penanganan yang telah dilakukan, serta menyusun perbaikan terhadap prosedur operasional. Dalam proses evaluasi tersebut, pimpinan melibatkan seluruh pihak yang berkaitan dengan kegiatan

operasional sehingga setiap bagian dapat memberikan masukan berdasarkan pengalaman yang diperoleh selama penanganan krisis. Hasil evaluasi kemudian dimanfaatkan sebagai dasar untuk menyempurnakan prosedur kerja dan meningkatkan koordinasi antardivisi agar penanganan krisis pada masa mendatang dapat dilakukan dengan lebih baik.

Penerapan strategi komunikasi tersebut dapat dijelaskan melalui *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* yang dikemukakan oleh Coombs. Teori ini menjelaskan bahwa organisasi perlu menyesuaikan strategi respons krisis dengan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan publik terhadap organisasi. Berdasarkan hasil analisis, strategi komunikasi yang diterapkan J&T Express Cabang Limo Kota Depok lebih mengarah pada *rebuild strategy*, yaitu strategi yang menekankan tanggung jawab organisasi melalui komunikasi yang terbuka, pemberian penjelasan kepada pelanggan, serta berbagai upaya perbaikan setelah krisis terjadi (Puspitawati & Apriliani, 2026). Strategi tersebut bertujuan membangun kembali kepercayaan publik dengan menunjukkan

komitmen organisasi dalam menyelesaikan setiap permasalahan secara bertanggung jawab. Komunikasi yang dilakukan secara jujur, konsisten, dan berorientasi pada penyelesaian masalah turut membantu mengurangi persepsi negatif pelanggan terhadap perusahaan selama krisis berlangsung.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan J&T Express Cabang Limo Kota Depok tidak hanya berfokus pada penyelesaian kendala operasional, tetapi juga diarahkan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Kecepatan penyampaian informasi, keterbukaan dalam menjelaskan kondisi yang terjadi, serta konsistensi komunikasi menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan perusahaan dalam mengelola krisis operasional sekaligus menjaga reputasi dan kepercayaan pelanggan.

4. Dampak Terhadap Kepercayaan Pelanggan

Strategi komunikasi yang diterapkan selama penanganan krisis memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan, pelanggan cenderung lebih dapat memahami kondisi perusahaan apabila memperoleh penjelasan yang jelas mengenai penyebab keterlambatan maupun langkah penanganan yang sedang dilakukan. Sebaliknya, keterlambatan yang tidak disertai dengan informasi yang memadai berpotensi menimbulkan ketidakpuasan, meningkatkan jumlah keluhan, bahkan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan informasi menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan.

Selain memberikan penjelasan mengenai kondisi yang dihadapi, perusahaan juga berupaya mempercepat penyelesaian setiap permasalahan sebagai bentuk tanggung jawab kepada pelanggan. Setelah krisis berhasil ditangani, perusahaan melakukan evaluasi terhadap proses operasional, menyempurnakan prosedur kerja, serta meningkatkan koordinasi antarkaryawan. Langkah tersebut tidak hanya bertujuan menyelesaikan

permasalahan yang sedang dihadapi, tetapi juga menjadi bagian dari upaya pencegahan agar kejadian serupa tidak kembali terulang. Perbaikan yang dilakukan secara berkelanjutan mencerminkan komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus menjaga kepercayaan pelanggan.

Dari hasil analisis dapat dipahami tingkat kepercayaan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan krisis, tetapi juga oleh cara perusahaan membangun komunikasi selama proses penanganan berlangsung. Pelanggan menilai sikap organisasi melalui kecepatan respons, kejelasan informasi yang diberikan, konsistensi komunikasi, serta kesungguhan perusahaan dalam menyelesaikan setiap permasalahan. Dengan demikian, komunikasi kepemimpinan memiliki peran yang strategis dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan.

Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* yang dikemukakan oleh Coombs, yang menjelaskan strategi komunikasi yang tepat mampu mengurangi dampak

krisis terhadap reputasi organisasi sekaligus membantu memulihkan kepercayaan publik. Dampak terhadap kepercayaan merupakan pengaruh yang muncul ketika organisasi menghadapi krisis dan mempengaruhi tingkat keyakinan publik terhadap kredibilitas, integritas, serta kemampuan organisasi dalam menjalankan tanggung jawabnya (Fatmawati dkk, 2026). Penerapan komunikasi yang cepat, terbuka, dan bertanggung jawab di J&T Express Cabang Limo Kota Depok menjadi salah satu faktor yang mendukung proses pemulihan kepercayaan pelanggan setelah terjadinya krisis operasional.

Melalui seluruh hasil analisis, strategi komunikasi kepemimpinan memiliki peran penting pada setiap tahapan penanganan krisis operasional, mulai dari proses identifikasi krisis, penentuan tanggung jawab organisasi, penyusunan strategi respons, hingga upaya memulihkan kepercayaan pelanggan. Komunikasi yang dilakukan secara efektif tidak hanya membantu perusahaan mengatasi kendala operasional, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan serta menjaga reputasi perusahaan. Karakteristik strategi

komunikasi yang diterapkan menunjukkan bahwa *rebuild strategy* dalam kerangka SCCT merupakan pendekatan yang paling sesuai dengan kondisi krisis di J&T Express Cabang Limo Kota Depok karena menekankan tanggung jawab organisasi, keterbukaan informasi, dan upaya membangun kembali kepercayaan pelanggan.

D. Kesimpulan

Strategi komunikasi kepemimpinan memiliki peran penting dalam mengatasi krisis operasional di J&T Express Cabang Limo Kota Depok. Berdasarkan analisis menggunakan *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, krisis yang dihadapi perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal, seperti meningkatnya volume pengiriman, kesalahan proses sortir, dan gangguan sistem operasional, serta faktor eksternal yang meliputi kondisi cuaca dan kemacetan lalu lintas. Oleh karena itu, identifikasi terhadap penyebab krisis menjadi langkah awal yang dilakukan perusahaan sebelum menentukan strategi penanganan yang paling sesuai. Dalam menangani krisis tersebut, perusahaan menerapkan komunikasi kepemimpinan yang

menekankan koordinasi internal, keterbukaan informasi, konsistensi penyampaian pesan, serta tanggung jawab kepada pelanggan. Pimpinan berperan mengarahkan koordinasi antardivisi, memastikan informasi tersampaikan secara jelas kepada karyawan maupun pelanggan, serta melakukan evaluasi terhadap setiap permasalahan sebagai dasar penyempurnaan prosedur operasional. Pola komunikasi tersebut mencerminkan karakteristik *rebuild strategy* dalam SCCT karena berorientasi pada penyelesaian masalah, penyampaian informasi yang transparan, dan upaya membangun kembali kepercayaan pelanggan. Penerapan komunikasi kepemimpinan yang efektif turut mendukung keberhasilan perusahaan dalam menangani krisis operasional sekaligus menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan jasa logistik dalam mengembangkan strategi komunikasi kepemimpinan yang lebih adaptif saat menghadapi krisis operasional. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas komunikasi krisis dengan

menggunakan perspektif *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

DAFTAR PUSTAKA

- Fadilah, T. F., & Nasution, M. I. P. (2023). Pengelolaan Logistik dan Pengiriman dalam Pasar Online dan *E-Commerce*. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 45–51.
- Ariyani, R., Sari, J. P., Siregar, D. Z., Febrianto, A., Ogtavianty, A., & Ananda, S. D. (2025). *Kepemimpinan dalam Pendidikan*. CV. RA-Media Publishing.
- Herayati, H. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Menetapkan Reward dan Punishment terhadap Kinerja Guru di Sekolah SMPIT Islam. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(4), 233–241.
- Ugahari, G. A. A., & Apriliani, R. (2025). Analisis *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) pada Strategi Komunikasi Krisis Brand Erspo dalam Kasus Kontroversi Jersey Timnas Indonesia. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 1000–1012.
- Fahmi, A. F., & Poernomo, M. I. (2025). Strategi Komunikasi Krisis untuk Menjaga Reputasi Organisasi: Pendekatan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(1), 313–322.
- Puspitawati, D., & Apriliani, R. (2026). Strategi Respon PT Pertamina pada Krisis Dugaan Oplosan Pertamina dalam Pemberitaan

Kompas.com dan CNN Indonesia:
Analisis *Situational Crisis
Communication Theory (SCCT)*.
MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi,
5(2), 1090–1104.

Fatmawati, D., Prasetyo, E. M.,
Fatimah, L. N. I., & Putri, N. A.
(2026). Optimalisasi Kinerja
Organisasi Publik melalui
Penerapan Manajemen Strategik.
*Journal of Organizational
Performance and Analysis*, 2(1),
136–145.