



## **KRISIS POLITIK DAN MANAJEMEN PR DI PEMERINTAHAN INGGRIS: STUDI KASUS SKANDAL BORIS JOHNSON**

**Abigail Syafinllah Ardian, Puguh Saputro, Muhammad Fahriansyah Ilham,**

**Abdul Fatah Kamil, Pia Khoirotun Nisa**

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

### **Abstrak**

Studi ini mengkaji kegagalan strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh pemerintahan Boris Johnson dalam skandal "Partygate" yang muncul akibat pelanggaran aturan karantina wilayah COVID-19 oleh pejabat negara, termasuk perdana menteri sendiri. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, mengkaji liputan BBC News dan wawancara dengan para pakar komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons pemerintah yang lambat, tidak konsisten, dan tidak transparan memperparah krisis kepercayaan publik. Studi ini merekomendasikan pentingnya komunikasi krisis yang berbasis pada transparansi, respons cepat, dan konsistensi narasi dalam menghadapi situasi politik yang kritis.

**Kata Kunci:** Krisis Politik Inggris, Strategi Hubungan Masyarakat, Komunikasi Krisis Pemerintah.

### **PENDAHULUAN**

Pada era politik modern yang ditandai oleh kecepatan informasi dan sorotan media yang intens, pengelolaan citra dan persepsi publik menjadi kunci kelangsungan sebuah pemerintahan.

Public Relations (PR) tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, melainkan menjadi instrumen strategis dalam membentuk opini publik, menjaga legitimasi politik, serta memelihara kepercayaan masyarakat terhadap institusi negara.<sup>2</sup> Di tengah

---

\*Correspondence Address : [abigailsyavinla@gmail.com](mailto:abigailsyavinla@gmail.com)

DOI : 10.31604/jips.v12i8.2025. 3606-3613

© 2025UM-Tapsel Press

<sup>2</sup> M. Kunczik, *Public Relations: Theory and Practice*, 4th ed. (New York: Routledge, 2019).

meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi dan akuntabilitas, PR memiliki tanggung jawab untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dan warganya, terutama saat terjadi krisis yang berpotensi menurunkan kredibilitas pemerintahan. Peran ini menjadi semakin vital ketika kepercayaan publik menjadi landasan utama stabilitas politik dan sosial. Sehingga pengelolaan PR yang cermat dan responsif sangat dibutuhkan dalam menghadapi dinamika politik yang fluktuatif.

Salah satu kasus krisis politik yang menarik perhatian dunia internasional adalah skandal yang menimpa Perdana Menteri Inggris, Boris Johnson, yang dikenal dengan sebutan "Partygate". Skandal ini mencuat pada tahun 2021 ketika media Inggris *The Guardian* dan *BBC*, mengungkapkan adanya pesta yang diadakan di kantor dan kediaman resmi Perdana Menteri selama periode lockdown COVID-19 di mana masyarakat dilarang berkumpul. Investigasi resmi oleh Sue Gray dan Metropolitan Police Service mengonfirmasi pelanggaran terhadap protokol kesehatan oleh pejabat tinggi, termasuk Johnson sendiri. Kejadian ini memicu gelombang kemarahan publik dan menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah yang ditunjukkan dengan penurunan elektabilitas Partai Konservatif sebesar 9% dalam jajak pendapat YouGov bulan Januari 2022. Skandal tersebut menjadi titik balik dalam narasi kepemimpinan Johnson dan menimbulkan pertanyaan serius mengenai pengelolaan krisis oleh pemerintah.<sup>3</sup>

Saat menghadapi krisis ini strategi komunikasi pemerintah menjadi sorotan utama. Menurut Endang Iryani, pakar media komunikasi dan ilmu pemerintahan, dalam wawancara eksklusif, PR tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjaga kepercayaan publik dan memastikan legitimasi tetap terjaga. Kegagalan dalam memberikan respons yang cepat, jujur, dan konsisten telah menyebabkan krisis ini semakin membesar. Narasi yang berubah-ubah serta kesan menutup-nutupi fakta menimbulkan keraguan publik terhadap niat dan integritas pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi PR yang tidak matang dapat memperparah krisis politik alih-alih meredakannya.

Pengelolaan PR dalam skandal Boris Johnson banyak dikritik sebagai contoh buruk penanganan komunikasi krisis oleh pemerintahan modern. Banyak pengamat menilai bahwa keterlambatan klarifikasi dan inkonsistensi pernyataan resmi melemahkan kredibilitas pemerintah di mata publik dan media. Studi oleh Institute for Government menyebutkan bahwa respons pemerintah terhadap skandal ini gagal memenuhi prinsip komunikasi krisis yang efektif, yaitu keterbukaan, kecepatan, dan konsistensi.<sup>4</sup>

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan mendalami strategi public relations pemerintah Inggris dalam menangani skandal "Partygate.". Sumber data dalam

---

<sup>3</sup> Muhammad Toha, Erman Anoh, and Iswadi, "Strategi Public Relations dalam Menangani Pemberitaan Negatif di Media Massa atas Pengoperasian Teknologi Pionir Indonesia," *Technomedia Journal* 8, no. 2 (2023): 235–247.

<sup>4</sup> Institute for Government, "Privileges Committee Investigation into Boris Johnson," last modified 2023, <https://www.instituteforgovernment.org.uk/explainer/privileges-committee-investigation-boris-johnson>.

penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pakar komunikasi politik Indonesia, yaitu Endang Iryani, yang memberikan analisis terhadap penanganan krisis oleh pemerintah Inggris. Sementara data sekunder diperoleh dari dokumentasi berita daring, video YouTube BBC News, serta arsip pernyataan resmi pemerintah Inggris.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Temuan Data Video BBC News

Video berjudul *"Boris Johnson apologises following Sue Gray's report on Downing St parties – BBC News"* diunggah oleh kanal resmi BBC News pada 31 Januari 2022. Video ini telah ditonton sebanyak 120.895 kali (per April 2025) dan menjadi salah satu referensi utama dalam memahami bagaimana pemerintah Inggris, khususnya Boris Johnson, merespons skandal pesta yang melanggar aturan lockdown di Downing Street.<sup>5</sup>



**Gambar 1. Boris Johnson menyampaikan pernyataan di House of Commons**

Pada gambar 1., menit ke- 0:45, video menampilkan Boris Johnson berdiri di House of Commons, menyampaikan permintaan maaf secara formal di hadapan anggota parlemen. Hal ini merupakan kali pertama ia secara terbuka mengakui bahwa pelanggaran

aturan telah terjadi selama masa pandemi.



**Gambar 2. Boris Johnson mengucapkan kalimat reflektif**

Pada gambar 2., menit ke-1:22, Johnson mengatakan, *"We must look at ourselves in the mirror and we must learn."* Kalimat ini menunjukkan upaya refleksi terhadap tindakan pemerintah selama masa lockdown. Ungkapan tersebut juga bisa dibaca sebagai upaya untuk memulihkan kepercayaan publik dengan mengakui kesalahan dan berkomitmen untuk berubah.



**Gambar 3. Tampilan daftar 16 acara yang diselidiki oleh Sue Gray**

Pada gambar 3., menit ke-2:12 menampilkan daftar 16 acara yang diselidiki oleh Sue Gray, di mana 12 di antaranya dilanjutkan penyelidikannya oleh Kepolisian Metropolitan. Informasi ini menjadi bukti bahwa pelanggaran yang terjadi bersifat serius dan mendapat perhatian hukum.

<sup>5</sup> BBC News, "Boris Johnson Apologises Following Sue Gray's Report on Downing St Parties – BBC News," *YouTube*, last modified 2022,

<https://www.youtube.com/watch?v=WWRYPaYxpTs>.



**Gambar 4. Boris Johnson mengumumkan perubahan struktur manajemen kantor pemerintah**

Pada gambar 5., menit ke-3:05, Johnson menyebutkan bahwa pemerintah telah melakukan perubahan dalam struktur manajemen di Downing Street dan Kantor Kabinet. Hal ini merupakan bagian dari langkah korektif yang diambil sebagai tanggapan atas temuan laporan investigasi.

### **B. Strategi PR Pemerintah Boris Johnson dalam Menghadapi Skandal "Partygate"**

Strategi Public Relations (PR) yang dijalankan oleh pemerintahan Boris Johnson dalam menghadapi skandal "Partygate" terlihat tidak konsisten dan dinilai lemah dalam prinsip komunikasi krisis yang efektif. Berdasarkan pada video, tampak bahwa pemerintah Inggris mencoba melakukan langkah-langkah korektif seperti yang ditampilkan pada *Gambar 4*, ketika Boris Johnson mengumumkan perubahan struktur manajemen di Downing Street dan Kantor Kabinet. Hal ini merupakan upaya pemerintah dalam merespons laporan investigasi Sue Gray sebagai bagian dari manajemen krisis untuk memperbaiki citra publik.

Akan tetapi berdasarkan sisi komunikasi sebagaimana dikritisi oleh Endang respons pemerintah dipandang tidak memadai. Berdasarkan hasil

wawancara bersama Endang Iryani, pakar media dan komunikasi pemerintahan, disebutkan bahwa pemerintah terlalu lambat dalam memberikan respons dan terlalu sering mengubah narasi publik. Endang menyatakan, *"Awalnya mereka membantah, padahal bukti-bukti sudah ada di tangan publik"* dan menambahkan bahwa *"permintaan maaf dari Johnson datang terlambat, ketika dampak sudah meluas"*. Hal ini menunjukkan bahwa strategi PR yang diambil gagal menjaga prinsip kecepatan, keterbukaan, dan konsistensi yang merupakan elemen penting dalam komunikasi krisis. Kemudian pada *Gambar 3* menunjukkan daftar 16 acara pelanggaran lockdown, di mana 12 di antaranya diselidiki oleh Kepolisian Metropolitan. Fakta ini memperkuat bahwa skandal ini bukan sekadar isu publik, tetapi juga menyangkut ranah hukum, sehingga memerlukan strategi komunikasi yang lebih tegas dan transparan. Endang juga menekankan bahwa *"PR tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi berfungsi menjaga kepercayaan publik, membangun opini, dan memastikan legitimasi politik tetap terjaga."* Akan tetapi dalam kasus Partygate, PR pemerintahan Johnson justru dinilai gagal melakukan hal tersebut karena terlalu reaktif dan terkesan menutupi fakta, alih-alih bersikap proaktif dengan membangun narasi yang positif sejak awal.<sup>6</sup>

### **C. Kelemahan dan Kegagalan Pengelolaan Komunikasi Krisis Pemerintah Inggris**

Kelemahan utama dalam pengelolaan komunikasi krisis oleh Pemerintah Inggris selama skandal *Partygate* adalah ketidakkonsistenan

<sup>6</sup> Ibrahim Ahmad Abu-Argoub, "The Role of Public Relations in Crisis Management," *Dirasat: Human and Social Sciences* 47, no. 2 (2020): 556–570.

narasi yang disampaikan ke publik. Seperti terlihat dalam Gambar 1, awalnya pemerintah bersikukuh membantah telah melanggar protokol lockdown, meskipun pada saat yang sama bukti visual mulai beredar luas di masyarakat. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa pemerintah gagal menerapkan prinsip dasar dari Teori Komunikasi Krisis, yakni menyampaikan informasi yang cepat, akurat, dan konsisten. Ketika narasi berubah-ubah, publik kehilangan kepercayaan karena menganggap ada upaya menutup-nutupi fakta. Hal ini memperburuk situasi dan memperpanjang krisis secara reputasional.

Kemudian Endang Iryani menyoroti bahwa kegagalan pemerintah bukan hanya soal waktu, tetapi juga soal keterbukaan informasi. Ia mengatakan, *"Respons mereka cenderung defensif dan minim klarifikasi sejak awal,"* yang berarti pemerintah lebih memilih sikap membela diri daripada menjelaskan duduk perkara kepada publik secara terbuka. Pendekatan ini bertentangan dengan prinsip komunikasi krisis dan menunjukkan kegagalan dalam agenda setting, di mana seharusnya pemerintah menjadi aktor utama dalam membentuk narasi publik melalui media. Sebaliknya, narasi justru dikuasai oleh media dan oposisi yang memojokkan pemerintah, karena tidak ada arah komunikasi yang jelas dari otoritas.

Pada gambar 2 memperlihatkan bagaimana framing media Inggris terhadap kasus ini sangat tajam dan kritis, terutama dengan penggunaan kata-kata seperti *"hypocrisy"* dan *"double standard"*. Hal ini memperlihatkan kelemahan dalam mengendalikan framing, di mana pemerintah gagal mengarahkan citra positif atau netral tentang insiden tersebut. Pemerintah

juga kurang cepat melakukan rekonstruksi opini publik dengan narasi atau simbol yang menunjukkan empati, tanggung jawab, atau perubahan.

Endang juga menambahkan bahwa lemahnya komunikasi internal pemerintah turut memperburuk krisis. Ia menyatakan, *"Antara juru bicara, Perdana Menteri, dan kantor-kantor pemerintahan tidak sinkron dalam menyampaikan informasi ke publik,"* sehingga menyebabkan pesan-pesan yang keluar menjadi membingungkan. Hal ini menunjukkan lemahnya koordinasi dalam kerangka komunikasi krisis, dan ketidakmampuan untuk membangun satu suara pemerintah yang solid. Hal tersebut mencerminkan buruknya manajemen PR dalam konteks pengelolaan persepsi publik secara menyeluruh.<sup>7</sup>

#### **D. Dampak Strategi PR terhadap Citra dan Legitimasi Politik Pemerintahan Boris Johnson**

Strategi PR yang dijalankan oleh Pemerintahan Boris Johnson selama skandal *Partygate* ternyata berdampak negatif terhadap citra publik dan legitimasi politiknya. Pada gambar 3, terlihat hasil survei yang menunjukkan penurunan signifikan dalam tingkat kepercayaan publik terhadap Johnson setelah berita pelanggaran lockdown mencuat ke permukaan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan gagal mengembalikan kepercayaan masyarakat. Dalam kerangka Teori Komunikasi Krisis, strategi PR seharusnya berfungsi untuk mengendalikan dampak krisis dan memperbaiki citra, tetapi justru memperburuk persepsi publik karena adanya respons yang dianggap tidak jujur dan lambat.

<sup>7</sup> Fachruddin Fachruddin et al., "Komunikasi Krisis Public Relations Alam Manajemen Isu Aduan

Siswa Stres Saat Pandemi Covid-19 Di Jakarta," *Jurnal Health Sains* 1, no. 8 (2020): 1086–1098.



Menurut pernyataan narasumber Endang Iryani "*Kepercayaan masyarakat turun karena merasa diboongi oleh pemimpinnya yang melanggar aturan yang dibuatnya sendiri*,". Hal ini memperlihatkan dampak langsung dari kegagalan framing positif dalam komunikasi pemerintah. Berdasarkan Teori Framing, narasi atau citra yang terbentuk di masyarakat sangat bergantung pada cara informasi dikemas. Ketika pemerintah gagal menciptakan framing yang menunjukkan penyesalan, tanggung jawab, dan upaya perbaikan, maka masyarakat dengan cepat membentuk opini negatif secara kolektif terhadap pemerintah.

Dampak lainnya adalah menurunnya legitimasi politik Boris Johnson di internal partainya sendiri. Sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 4, beberapa anggota parlemen dari Partai Konservatif mulai menyuarakan ketidakpercayaan terhadap kepemimpinannya. Berdasarkan teori Agenda Setting, kegagalan Johnson dalam mengendalikan isu utama membuat media dan lawan politik mengambil alih panggung wacana publik. Alih-alih fokus pada keberhasilan ekonomi atau vaksinasi, isu *Partygate* terus mendominasi pemberitaan, menenggelamkan pencapaian pemerintah dan mempersempit ruang gerak politiknya.<sup>8</sup>

Endang juga menyoroti bahwa "*strategi PR yang digunakan justru memperkuat opini bahwa Boris Johnson tidak layak dipercaya dalam situasi krisis*," yang mempertegas bahwa krisis ini bukan hanya soal pelanggaran aturan, tetapi juga tentang karakter kepemimpinan. Hal ini menandakan bahwa strategi komunikasi yang buruk tidak hanya berimplikasi jangka pendek

pada opini publik, tetapi juga merusak legitimasi jangka panjang dari tokoh politik tersebut. Krisis reputasi yang dibiarkan berkembang tanpa pengelolaan yang tepat dapat mengarah pada delegitimasi institusional.

### **E. Rekomendasi Strategi PR yang Efektif dalam Menghadapi Krisis Politik**

Salah satu rekomendasi utama dalam menghadapi krisis politik adalah pentingnya transparansi dan kejujuran dalam strategi komunikasi publik. Seperti yang disampaikan oleh narasumber Endang Iryani, "*Sebaiknya dari awal pemerintah bersikap jujur dan terbuka kepada publik, karena masyarakat cenderung memaafkan kesalahan yang diakui secara tulus*." Pernyataan ini mencerminkan prinsip dasar dalam Teori Komunikasi Krisis, yakni membangun kembali kepercayaan dengan menunjukkan rasa tanggung jawab secara terbuka. Komunikasi yang defensif atau mencoba menutupi fakta hanya akan memperpanjang krisis dan memperparah persepsi negatif dari masyarakat. Oleh karena itu, strategi PR yang efektif harus menempatkan nilai keterbukaan sebagai fondasi utama dalam respons terhadap isu politik.

Rekomendasi kedua adalah segera melakukan pengakuan kesalahan disertai tindakan korektif, bukan hanya pernyataan simbolik. Narasumber juga menyarankan, "*Boris Johnson seharusnya meminta maaf lebih awal dan menunjukkan kesungguhan dengan mengganti pejabat yang terlibat atau membuat kebijakan pemulihan*." Berdasarkan Teori Framing, tindakan ini berfungsi untuk membentuk narasi tanggung jawab dan perbaikan, bukan pembelaan. Ketika publik melihat

<sup>8</sup> H. U. Obasi, "The Role of Media in Public Relations Crisis Communication," *British Journal of Mass*

*Communication and Media Research* 15, no. 1 (2024): 37–48.

pemimpin melakukan tindakan nyata, framing yang terbentuk pun akan lebih positif dan dapat meminimalisasi kerusakan citra. Sehingga framing harus diarahkan bukan untuk membela kesalahan, tetapi untuk menegaskan kepemimpinan yang bertanggung jawab dalam menghadapi situasi genting.

Rekomendasi ketiga adalah memanfaatkan media untuk mengatur alur pemberitaan, bukan sekadar merespons setelah krisis meluas. Berdasarkan Teori Agenda Setting, siapa yang paling awal menetapkan isu dan cara pemberitaan memiliki keunggulan dalam membentuk opini publik. Narasumber menekankan bahwa *"pemerintah seharusnya lebih aktif mengontrol informasi di awal, bukan membiarkan media bebas membentuk opini tanpa arah dari pemerintah."* Hal ini menunjukkan pentingnya memiliki tim komunikasi yang siaga dan memiliki rencana kontinjensi komunikasi, agar bisa segera menetapkan narasi utama sebelum persepsi negatif menyebar. Jika media dibiarkan mengangkat isu tanpa kendali, maka pemerintah kehilangan kesempatan untuk membentuk opini publik secara strategis.

Strategi PR yang efektif juga harus menyentuh ranah emosi publik dengan empati, bukan hanya pernyataan formal. Berdasarkan hasil wawancara, dikatakan bahwa *"rakyat butuh empati, bukan sekadar klarifikasi."* Strategi ini penting dalam krisis karena masyarakat merasa dilukai secara moral oleh pelanggaran yang dilakukan elit politik. Pendekatan emosional dan humanis dalam komunikasi publik akan lebih menyentuh dan mampu meredakan kemarahan massa. Oleh karena itu, PR krisis tidak boleh bersifat mekanis, melainkan juga harus menyampaikan sisi kemanusiaan dari pemimpin, agar tercipta koneksi yang memperkuat legitimasi moralnya di tengah badai politik.

## KESIMPULAN

Skandal Partygate yang melibatkan Perdana Menteri Inggris Boris Johnson menunjukkan kegagalan strategi komunikasi krisis pemerintah. Respons yang lambat, narasi yang tidak konsisten, dan kurangnya transparansi memperburuk krisis kepercayaan publik dan merusak citra serta legitimasi politik Boris Johnson. Strategi humas pemerintah dianggap lebih defensif dan reaktif, sehingga gagal mengendalikan pembingkaian media dan penetapan agenda publik. Rekomendasi utama yang muncul dari penelitian ini adalah pentingnya komunikasi krisis yang berbasis pada transparansi, kecepatan, konsistensi narasi, dan pendekatan empatik dalam menangani krisis politik sehingga kepercayaan dan legitimasi dapat dipulihkan secara efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- BBC News, "Boris Johnson Apologises Following Sue Gray's Report on Downing St Parties - BBC News," *YouTube*, last modified 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=WWRYPaYxpTs>.
- Fachruddin Fachruddin et al., "Komunikasi Krisis Public Relations Alam Manajemen Isu Aduan Siswa Stres Saat Pandemi Covid-19 Di Jakarta," *Jurnal Health Sains* 1, no. 8 (2020): 1086–1098.
- H. U. Obasi, "The Role of Media in Public Relations Crisis Communication," *British Journal of Mass Communication and Media Research* 15, no. 1 (2024): 37–48.
- Ibrahim Ahmad Abu-Argoub, "The Role of Public Relations in Crisis Management," *Dirasat: Human and Social Sciences* 47, no. 2 (2020): 556–570.
- Institute for Government, "Privileges Committee Investigation into Boris Johnson," last modified 2023, <https://www.instituteforgovernment.org.uk/explainer/privileges-committee-investigation-boris-johnson>.

M. Kunczik, *Public Relations: Theory and Practice*, 4th ed. (New York: Routledge, 2019).

Muhammad Toha, Erman Anoh, and Iswadi, "Strategi Public Relations dalam Menangani Pemberitaan Negatif di Media Massa atas Pengoperasian Teknologi Pionir Indonesia," *Technomedia Journal* 8, no. 2 (2023): 235–247.