

PERTARUNGAN NARASI DI RUANG DIGITAL: ANALISIS MEDIA MASSA & MEDIA SOSIAL TERHADAP SENGKETA KEPEMILIKAN HOTEL SULTAN

NARRATIVE BATTLES IN THE DIGITAL SPHERE: MEDIA AND SOCIAL MEDIA ANALYSIS OF THE HOTEL SULTAN OWNERSHIP DISPUTE"

**Muhammad Sufyan Abdurrahman¹, Akhmad Firmannamal²,
Slamet Parsono³, Muhammad Rio Fariza⁴, Bintar Mupiza⁵**

^{1, 3, 4, 5}Prodi Digital Public Relations Telkom University

²Alumni Doktoral Communication and Media Studies Queensland University
of Technology, a.firmannamal@gmail.com

¹muhammadsufyan@telkomuniversity.ac.id

Diterima 2 September 2025

Direvisi 29 Januari 2026

Disetujui 29 Januari 2026

ABSTRAK

Kontroversi pengelolaan Hotel Sultan di kawasan Gelora Bung Karno (GBK), Jakarta, tidak hanya merefleksikan sengketa hukum antara negara dan pihak swasta, tetapi juga memperlihatkan pertarungan narasi dalam ruang publik digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana media massa dan media sosial membingkai konflik kepemilikan Hotel Sultan serta membentuk persepsi publik terhadap sikap pemerintah dalam komunikasi krisis. Dengan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi, studi ini menelaah 128 berita daring, unggahan media sosial, dan pernyataan pihak terkait pada periode 4–6 Oktober 2023. Hasil penelitian menunjukkan adanya dua narasi utama yang saling berkompetisi, yakni narasi legalitas dan kewenangan negara yang dominan di media massa, serta narasi sosial-emosional dan personalisasi konflik yang lebih menonjol di media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi krisis di era digital tidak hanya bergantung pada legitimasi hukum, tetapi juga pada kemampuan mengelola narasi secara transparan, empatik, dan dialogis. Penelitian ini berkontribusi pada kajian komunikasi krisis dengan menunjukkan peran strategis media sebagai arena perebutan legitimasi dalam konflik kepemilikan aset publik.

Kata kunci: analisis isi, Hotel Sultan, komunikasi krisis, media sosial, opini publik

ABSTRACT

The controversy surrounding the management of the Sultan Hotel in the Gelora Bung Karno (GBK) complex in Jakarta reflects not only a legal dispute between the state and a private entity, but also a contestation of narratives within the digital public sphere. This study aims to examine how mass media and social media frame the ownership conflict of the Sultan Hotel and shape public perceptions of the government's stance in crisis communication. Employing a qualitative approach and content analysis method, the study analyzes 128 online news

articles, social media posts, and relevant stakeholder statements published between 4 and 6 October 2023. The findings reveal the presence of two competing dominant narratives: a narrative of legal authority and state legitimacy that prevails in mainstream media, and a socio-emotional narrative marked by personalization of the conflict that is more prominent on social media platforms. These findings underscore that crisis communication in the digital era depends not solely on legal legitimacy, but also on the capacity to manage narratives in a transparent, empathetic, and dialogic manner. This study contributes to crisis communication scholarship by highlighting the strategic role of media as an arena for legitimacy contestation in public asset ownership conflicts.

Keywords: *content analysis, crisis communication, public opinion, social media, Sultan Hotel*

PENDAHULUAN

Media massa dan media sosial menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Dalam era disrupsi digital, keduanya tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga aktor dalam proses konstruksi realitas sosial (Couldry & Hepp, 2017; Tandoc et al., 2018). Kecepatan distribusi, partisipasi pengguna, dan logika algoritmik menjadikan media digital bukan sekadar saluran, melainkan arena pertarungan narasi dan otoritas simbolik (Velasco, 2023; Waisbord, 2020).

Media dapat membentuk opini publik dari pemberitaan-pemberitaan tentang suatu isu atau konflik tertentu, memperkuat atau menantang narasi resmi pemerintah (Chadwick, 2020; Freelon et al., 2020). Media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber ke penerima dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Hafied Cangara, 1998: 134-135). Dalam praktiknya, pelaku media merencanakan, mencari, mengolah, membentuk, dan mempublikasikan pesan yang memiliki potensi besar dalam membingkai (*framing*) fakta menentukan apa yang layak diberitakan dan bagaimana fakta tersebut ditampilkan (Entman, 2007; Eriyanto, 2004: 105).

Peran media dalam krisis politik dan sengketa aset negara makin signifikan dalam ekosistem informasi kontemporer yang ditandai oleh overload informasi dan disinformasi (Tandoc et al., 2018; Chadwick, 2020). Ketika masyarakat menghadapi ketidakpastian, media menjadi rujukan utama dalam pembentukan sikap dan persepsi terhadap aktor-aktor yang terlibat dalam konflik (Newman et al., 2023; Hanitzsch et al., 2019). Dalam kondisi polarisasi publik yang semakin tajam, media sosial tampil sebagai ruang artikulasi opini yang seringkali tidak tunduk pada prinsip jurnalisme konvensional (Freelon et al., 2020). Di sisi lain, media massa tetap mempertahankan kredibilitasnya sebagai penyedia informasi arus utama, meskipun tidak bebas dari kecenderungan politisasi dan kepentingan institusional (Bennett & Pfetsch, 2018; Castells, 2021).

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap kajian komunikasi krisis dengan menawarkan pendekatan analisis isi simultan antara media massa dan media sosial dua ranah yang sering dipisahkan dalam studi sebelumnya. Di tengah meningkatnya distrust publik terhadap institusi formal, serta maraknya penggunaan platform digital dalam menyusun narasi politik, studi ini hadir untuk mengisi celah riset tentang bagaimana media membingkai konflik agraria dan legitimasi negara dalam ruang digital yang terfragmentasi. Fokus pada kasus Hotel Sultan sebagai objek konflik kepemilikan negara memberikan nilai kebaruan tersendiri karena menggabungkan isu sejarah, politik kekuasaan, serta dinamika digital komunikasi publik (McNair, 2017; Velasco, 2023; Waisbord, 2020; Castells, 2021; Bennett & Pfetsch, 2018; Wahl-Jorgensen, 2020; Tandoc et al., 2022).

Melalui media massa dan media sosial pula bisa tergambar bagaimana polemik sengketa pengelolaan Hotel Sultan di kawasan Gelora Bung Karno (GBK), Jalan Gatot Subroto, Jakarta. Pengelola Hotel Sultan selama ini, PT Indobuildco milik Pontjo Sutowo, menolak melakukan pengosongan hotel. Padahal, pengosongan hotel tersebut diketahui atas permintaan Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno (PPK GBK) di bawah Sekretariat Negara (Setneg) karena Hak Guna Bangunan (HGB) sudah habis pada Maret-April 2023. Namun, kuasa hukum

PT Indobuildco Yosef Benediktus Badeoda mengatakan kliennya menolak pengosongan Hotel Sultan karena tidak ada dasar putusan pengadilan ataupun penetapan eksekusi pengosongan.

Itu artinya, kini polemik Hotel Sultan memasuki babak baru. Banyak media massa memberitakan dan berbagai sentimen publik mengemuka di media sosial. Kontroversi Hotel Sultan, dulu Hilton, yang berdiri di kawasan GBK tersebut telah lama terjadi, atau tepatnya sejak awal berdiri pada 1970-an. Pendirian Hotel Sultan bermula ketika mantan Gubernur DKI Jakarta, Ali Sadikin, ingin mendirikan hotel sebagai tempat tinggal tuan rumah konferensi pariwisata se-Asia Pasifik yang akan dihadiri sekitar 3.000 orang. Berdasarkan arsip Gatra (2005), ketika itu di Jakarta jumlah hotel berskala internasional masih sedikit. Alhasil, Ali pun mengajukan surat kepada Pertamina ihwal pembangunan hotel untuk menjamu para tamu pada 1971.

Singkat cerita, permintaan Ali itu kemudian disetujui oleh Direktur Utama Pertamina, Ibnu Sutowo (1968-1978). Dan pada 1973, Sutowo membangun hotel tersebut di kawasan Senayan di bawah bendera PT Indobuild Co. Awalnya Ali dan semua orang lain percaya bahwa PT Indobuild Co milik Pertamina. Namun, saat hotel tersebut telah berdiri pada 1976, Ali baru mengetahui bahwa PT Indobuild Co bukan anak perusahaan Pertamina, melainkan milik swasta. Belakangan diketahui PT Indobuild Co sendiri adalah milik keluarga Ibnu Sutowo, tepatnya dikelola langsung oleh anaknya, Pontjo Sutowo. Dengan kata lain, hotel tersebut bukan menjadi milik negara, tetapi malah dikendalikan keluarga Sutowo. Seiring berjalannya waktu, pemerintah Orde Baru malah memperbolehkan pihak swasta dalam hal ini PT Indobuild Co mengelola hotel tersebut. Bahkan, perusahaan itu diberi Hak Guna Bangunan selama 30 tahun.

Dari sinilah awal kontroversi hotel yang kini disebut Hotel Sultan itu. Media massa semakin gencar memberitakan polemik tersebut hingga ramai di media sosial. Sekretaris Kementerian Sekretariat Negara, Setya Utama, pada Maret 2023 menyampaikan bahwa negara melalui Kementerian Sekretariat Negara telah memenangkan putusan Peninjauan Kembali (PK) atas sengketa lahan Hotel Sultan. Dengan adanya hal ini, pemerintah resmi ambil alih pengelolaan Hotel Sultan. PT Indobuild Co diharuskan untuk segera melakukan pengosongan Hotel Sultan, namun hingga saat ini PT Indobuildco selaku pengelola Hotel Sultan "keukeuh" bertahan, meskipun pemerintah telah melakukan pengosongan secara persuasif dan bertahap.

Opini pro dan kontra pun bergulir di kalangan masyarakat. Media massa dan media sosial menyajikan berbagai informasi sengketa Hotel Sultan hingga terjadi penggiringan opini, baik sentimen itu positif, negatif, ataupun netral. Isu sengketa Hotel Sultan langsung merebak sesaat setelah pemerintah meminta PT Indobuildco segera mengosongkan hotel karena HGB sudah habis pada Maret-April 2023.

Media massa sendiri memiliki berbagai peran, salah satunya ialah dalam mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang maupun sekelompok orang ataupun masyarakat (Waziz, 2012:21). Media mempengaruhi pandangan masyarakat dalam proses pembentukan opini atau sudut pandangnya. Media massa dapat dikatakan merupakan senjata yang ampuh bagi perebutan citra (*image*) (Bungin, 2001:31). Opini soal sengketa Hotel Sultan tersebut pada akhirnya dapat membentuk citra terhadap masing-masing bersengketa, baik Kementerian Sekretariat Negara selaku penggugat maupun PT Indobuildco.

Karena itu, atas dasar latar belakang di atas penulis tertarik ingin mengetahui lebih jauh bagaimana analisa konten media massa dan media sosial terhadap Sikap Pemerintah dalam Krisis Komunikasi Sengketa Hotel Sultan. Konten-konten yang dipublikasikan tidak berdiri sendiri melainkan telah melalui proses seleksi meja redaksi hingga akhir dikonsumsi publik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisa konten media massa dan media sosial terkait pemberitaan polemik Hotel Sultan. Data dikumpulkan bukan dalam bentuk angka, melainkan berupa teks dari publikasi media daring, unggahan

media sosial, dan dokumen berita yang relevan. Tujuan pendekatan ini adalah untuk memahami bagaimana realitas dikonstruksi dan disampaikan oleh media serta bagaimana narasi tersebut mempengaruhi persepsi publik (Creswell & Poth, 2018).

Salah satu metode utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi tema, narasi dominan, serta kecenderungan framing dalam pemberitaan atau unggahan yang berkaitan dengan isu Hotel Sultan. Analisis ini tidak hanya menggambarkan isi pesan, tetapi juga menjawab pertanyaan mengapa pesan tertentu muncul dalam bentuk tertentu, yang terkait erat dengan dinamika politik, ekonomi, dan ideologi (Krippendorff, 2018; Neuendorf, 2017).

Analisis isi memungkinkan peneliti untuk memetakan bagaimana media berbeda, baik media arus utama maupun media sosial menyajikan isu, kepada khalayak yang berbeda, dan dalam konteks sosial-politik yang berbeda pula (Bardin, 2013). Dalam hal ini, analisis isi tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif. Peneliti menelusuri pola wacana dan nilai-nilai yang terkandung dalam teks untuk memahami relasi kekuasaan yang tersembunyi di balik narasi media.

Secara prosedural, analisis isi dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan yang bersifat sistematis dan bertahap. Peneliti terlebih dahulu mengumpulkan dan menyeleksi berita media daring serta unggahan media sosial yang relevan dengan polemik Hotel Sultan pada periode 4-6 Oktober 2023. Selanjutnya, teks dianalisis dengan menelusuri tema, narasi dominan, aktor yang ditampilkan, serta cara media menyajikan posisi pemerintah dan pihak swasta. Hasil analisis kemudian dibandingkan antara media massa dan media sosial untuk memahami perbedaan pola representasi dan konstruksi persepsi publik atas konflik tersebut. Dengan demikian, metode penelitian ini mampu menjawab bagaimana media membentuk persepsi publik atas konflik Hotel Sultan dan sejauh mana media turut serta dalam proses delegitimasi atau legitimasi tindakan pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada arsip media yang ditelisik tim peneliti, polemik pengelolaan Hotel Sultan mencerminkan konflik panjang antara negara dan pihak swasta. Sekretaris Kemensetneg, Setya Utama, menyatakan bahwa masa HGB PT Indobuildco telah berakhir, menjadikan hotel tersebut sebagai Barang Milik Negara (BMN) yang akan dialihkan melalui sistem tender. Namun, PT Indobuildco menolak dan tetap mengelola hotel secara operasional dengan alasan keberlangsungan bisnis dan komitmen pada pelanggan.

Ketegangan memuncak pada 4 Oktober 2023 ketika PPK GBK mendeklarasikan pengambilalihan Hotel Sultan dengan memasang spanduk di 13 titik akses utama hotel. Tindakan ini dilakukan tanpa perwakilan dari Indobuildco yang hadir, dan disusul pernyataan keberatan dari kuasa hukum Indobuildco, yakni Hamdan Zoelva dan Amir Syamsudin. Mereka menilai langkah pengosongan tersebut belum memiliki dasar hukum berupa penetapan eksekusi dari pengadilan.

Pemerintah mengacu pada hasil audit BPKP dan amar putusan Mahkamah Agung yang menegaskan status lahan sebagai milik negara serta menyebutkan bahwa PT Indobuildco memiliki kewajiban royalti senilai Rp600 miliar yang belum dilunasi sejak 2007. Klaim ini diperkuat melalui proses hukum panjang, termasuk empat kali Peninjauan Kembali (PK), yang seluruhnya memenangkan posisi negara.

Sebaliknya, pihak Indobuildco menekankan bahwa bangunan hotel adalah aset perusahaan yang berdiri di atas tanah negara yang hak guna bangunannya masih dapat diperpanjang sesuai ketentuan hukum. Mereka juga menyoroti bahwa hotel tetap beroperasi untuk memenuhi reservasi tamu yang telah dilakukan sejak jauh hari, dan bahwa tindakan pemasangan spanduk serta pemblokiran akses oleh PPK GBK dinilai mencederai prinsip *due process of law*.

Pihak yang mendukung langkah pemerintah mencakup Dirut PPK GBK Rakhmadi Afif Kusumo, Juru Bicara Mahkamah Agung Suharto, dan tim kuasa hukum Saor Siagian. Mereka

menegaskan bahwa semua prosedur hukum telah dilewati dan keputusan pengadilan mendukung pengambilalihan oleh negara.

Sebaliknya, kuasa hukum Indobuildco berargumen bahwa tanpa penetapan eksekusi dari pengadilan, tindakan pemerintah bersifat sepihak dan melanggar asas hukum. Mereka juga menyayangkan tindakan simbolik seperti pemasangan spanduk karena dilakukan ketika masih terdapat tamu di hotel dan tanpa dialog lanjutan, meskipun sebelumnya pihak Indobuildco telah bertemu Menko Polhukam Mahfud MD untuk mencari solusi damai.

Pantauan Media

Tim peneliti melakukan pantauan publikasi media massa selama periode 4-6 Oktober 2023 terkait sengketa Hotel Sultan tersebut. Sebanyak 128 berita tersebar di 49 media *online* dengan sentimen dominan netral sebanyak 57%. Sentimen netral tersebut diperoleh dari narasi perihal Pontjo Sutowo maupun Pemerintah berusaha mencari solusi terbaik untuk permasalahan pengosongan Hotel Sultan oleh PT Indobuildco yang berdasarkan hasil PTUN merupakan milik negara. Berikut di bawah ini adalah resume pantauan media tentang polemik Hotel Sultan.

Media	News	Positive	Neutral	Negative
49	128	13	74	43

Gambar 1 Summary Media Online

Sumber: Laporan Media Brief tentang Polemik Pengelolaan Hotel Sultan (periode 4-6 Oktober 2023)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa dari sebanyak 128 berita tersebar di 49 media *online* yang memilih untuk bersikap netral berdasarkan pendapat penulis terdapat 74 media, positif 13 media, dan negatif 43 media. Sikap positif muncul ada pada media yang mengurutkan secara jelas kronologi sengketa Hotel Sultan hingga pada tahap kondisi terkini. Sedangkan media bersikap netral cenderung memberikan fakta-fakta eksisting yang ada tanpa ada tendensi aling-aling apapun. Pada media dengan sikap negatif cenderung melihat sengketa ini sebagai warisan dari Orde Baru yang saat ini system pemerintahan di Indonesia cenderung tidak transparan bahkan korup.



Gambar 2 Tangkapan layar halaman depan Hotel Sultan
Sumber: Detik.com

Pada media cetak, sebanyak 4 berita tersebar di 3 media cetak dengan sentimen netral sebanyak 50% dan sentimen negatif sebanyak 50%. Sentimen netral tersebut diperoleh dari narasi terkait PPGBK hingga saat ini masih memberikan waktu kembali seperti penegasan pada surat yang disampaikan PPKGBK agar pemilik Indobuildco secara persuasif untuk segera mengosongkan kawasan hotel. Adapun, sentimen negatif diperoleh dari narasi terkait PT indobuildco sangat menyayangkan tindakan yang dilakukan pemerintah terkait perintah pengosongan Hotel Sultan hal ini dinilai sebagai tindakan yang main hukum sendiri.

Media	News	Positive	Neutral	Negative
3	4	0	2	2

Gambar 3 Summary media cetak

Sumber: Laporan Media Brief tentang Polemik Pengelolaan Hotel Sultan (periode 4-6 Oktober 2023)

Selain distribusi sentimen positif, netral, dan negatif, pantauan media juga menunjukkan adanya beberapa tema narasi utama yang berulang dalam pemberitaan sengketa Hotel Sultan. Pertama, narasi legalitas dan kewenangan negara, yang menekankan berakhirnya HGB, putusan Mahkamah Agung, serta legitimasi pemerintah dalam mengambil alih aset negara. Kedua, narasi konflik dan warisan sejarah Orde Baru, yang memposisikan sengketa Hotel Sultan sebagai residu praktik relasi negara dan swasta pada masa lalu yang dinilai problematik. Ketiga, narasi sosial dan kemanusiaan, yang menyoroti dampak pengosongan hotel terhadap pekerja, tamu, dan keberlangsungan usaha, terutama dalam pemberitaan bernada kritis atau empatik.

Di media sosial, unggahan tersebar di Twitter, Facebook dan Instagram sebanyak 55 unggahan dengan sentimen dominan netral sebanyak 70%. Di antaranya oleh akun-akun media, salah satunya akun Facebook CNN Indonesia. Sudah terbangun interaksi mengenai pembahasan terkait Polemik antara PT Indobuildco milik Pontjo Sutowo yang mengelola Hotel Sultan dan pemerintah masih terus bergulir. Perusahaan tersebut menolak untuk melakukan pengosongan hotel yang berada di Blok 15 kawasan GBK tersebut.

Adapun unggahan berpengaruh yang meraih aksi netizen paling besar bersumber dari akun Instagram IDN Times (@idntimes). Sudah terbangun interaksi mengenai penolakan pengosongan Hotel Sultan yang dilakukan oleh PT Indobuildco milik Pontjo Sutowo. Serta, pembahasan latar belakang Ponjo Sutowo dan tidak sedikit pula komentar bagaimana nasib para pekerja yang diketahui telah puluhan tahun mendedikasikan waktu, pikiran & tenaga.



Gambar 4 Unggahan Instagram IDN Times (@idntimes)

Sentimen netral dan negatif pun dominan meliputi, 70% memandang objektivitas regulasi yang berlaku, Sebagian berkomentar latar belakang Ponjo Sutowo dan tidak sedikit pula komentar bagaimana nasib para pekerja yang diketahui telah puluhan tahun mendedikasikan waktu, pikiran dan tenaga.

Pada media sosial ini, tema narasi yang muncul relatif berbeda dari media massa. Narasi dominan berkisar pada empati terhadap pekerja Hotel Sultan dan kritik terhadap cara pemerintah melakukan pengosongan, yang dinilai kurang dialogis. Selain itu, muncul pula narasi personalisasi konflik melalui figur Pontjo Sutowo, di mana latar belakang keluarga dan sejarah bisnis menjadi bahan diskusi warganet. Tema-tema tersebut menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang artikulasi emosi publik yang tidak selalu sejalan dengan narasi legal-formal yang dominan di media arus utama.

Konflik ini menunjukkan pertarungan dua narasi utama: negara dengan klaim legal-formal atas aset negara dan entitas swasta dengan pendekatan hak ekonomi dan keberlangsungan layanan publik. Masing-masing pihak mengaktifkan jaringan medianya, baik media arus utama maupun media sosial untuk membangun dukungan publik. Hal ini memperlihatkan bagaimana krisis aset negara kini tidak hanya berlangsung di ruang pengadilan, tetapi juga dalam ruang persepsi publik yang dibentuk oleh narasi media.

Tim peneliti menilai media massa menunjukkan ada beberapa tema narasi utama yang berulang dalam pemberitaan sengketa Hotel Sultan. Tema pertama adalah narasi legalitas dan kewenangan negara, yang menempatkan berakhirnya Hak Guna Bangunan, putusan Mahkamah Agung, serta status aset negara sebagai dasar legitimasi pemerintah dalam mengambil alih pengelolaan hotel. Narasi ini dominan muncul dalam media arus utama dan cenderung disajikan dalam kerangka administratif serta hukum formal, sehingga menekankan rasionalitas kebijakan negara. Dalam konteks komunikasi krisis, pola ini menunjukkan upaya media untuk menghadirkan stabilitas makna melalui rujukan pada otoritas hukum dan prosedural. Tema narasi kedua yang menonjol adalah konflik dan warisan sejarah Orde Baru, di mana sengketa Hotel Sultan diposisikan sebagai residu relasi negara dan swasta pada masa lalu yang dinilai problematik. Narasi ini muncul terutama dalam pemberitaan bernada kritis yang mengaitkan kasus Hotel Sultan dengan praktik kekuasaan, privilese ekonomi, dan kurangnya transparansi di masa lampau. Selain itu, media juga menampilkan narasi sosial dan kemanusiaan yang menyoroti dampak pengosongan hotel terhadap pekerja, tamu, dan keberlangsungan usaha. Kehadiran narasi ini menunjukkan bahwa media massa tidak sepenuhnya homogen, melainkan menjadi arena pertemuan antara wacana hukum, kritik historis, dan kepedulian sosial.

Berbeda dengan media massa, media sosial menampilkan konfigurasi narasi yang lebih emosional dan personal. Percakapan warganet didominasi oleh empati terhadap pekerja Hotel Sultan serta kritik terhadap cara pemerintah melakukan pengosongan yang dinilai kurang dialogis, sehingga perhatian lebih diarahkan pada dampak langsung kebijakan terhadap individu dan kelompok terdampak daripada aspek legal-formal. Selain itu, media sosial juga memunculkan personalisasi konflik melalui figur Pontjo Sutowo, di mana latar belakang keluarga, sejarah bisnis, dan relasi kekuasaan masa lalu menjadi bahan diskusi yang disertai penilaian moral. Pola ini menunjukkan bahwa konflik Hotel Sultan dipahami tidak hanya sebagai persoalan hukum atau aset negara, tetapi juga sebagai drama sosial yang memperluas makna krisis dari ranah institusional ke ranah pengalaman dan emosi publik.

Dengan latar tersebut, polemik Hotel Sultan menjadi studi kasus yang merefleksikan dinamika komunikasi krisis kontemporer, di mana isu hukum bersinggungan dengan opini publik, transparansi pemerintah, serta strategi naratif yang kompetitif dari pihak-pihak berkepentingan (Bennett & Pfetsch, 2018). Sebagaimana dikemukakan oleh Castells (2021), kekuasaan dalam masyarakat jaringan (*network society*) tidak hanya dimiliki oleh negara atau institusi hukum, tetapi juga oleh aktor-aktor informasi yang menguasai narasi di ruang digital. Dalam hal ini, strategi komunikasi pemerintah dan PT Indobuildco sama-sama bergantung pada bagaimana mereka mampu membingkai isu di hadapan publik. Dengan kata lain, konflik Hotel

Sultan bukan hanya pertarungan hukum dan hak milik, tetapi juga perebutan legitimasi di hadapan masyarakat.

Situasi ini menegaskan peran strategis media sebagai aktor dalam membingkai legitimasi dan mengonstruksi persepsi publik atas tindakan institusi negara dan pihak swasta (Entman, 2007; Couldry & Hepp, 2017). Pendekatan analisis isi dalam penelitian ini memungkinkan pemetaan bagaimana media massa cenderung menekankan narasi legal dan administratif yang digunakan oleh pemerintah, sementara media sosial lebih banyak mengartikulasikan empati terhadap dampak sosial yang dirasakan karyawan dan tamu hotel (Krippendorff, 2018; Neuendorf, 2017).

Analisis tim peneliti juga menggarisbawahi pentingnya sensitivitas terhadap komunikasi publik berbasis fakta. Ketika narasi hukum tidak dikomunikasikan dengan transparan dan partisipatif, publik cenderung lebih mempercayai narasi alternatif yang lebih mudah diakses dan emosional di media sosial (Freelon et al., 2020; Newman et al., 2023). Maka dari itu, dalam komunikasi krisis, kredibilitas bukan hanya ditentukan oleh legalitas, tetapi juga oleh kemampuan menyampaikan pesan secara terbuka, akuntabel, dan responsif terhadap ekspektasi publik (Waisbord, 2020; Chadwick, 2020).

Di sisi lain, keterbaruan dari studi ini juga terletak pada pendekatannya yang menggabungkan pemantauan media daring dan media sosial dalam satu kerangka analitis. Penelitian ini tidak hanya melihat bagaimana narasi dibentuk, tetapi juga bagaimana narasi tersebut memengaruhi persepsi publik dan berpotensi memicu tekanan sosial atau politik terhadap aktor-aktor terkait (Bennett & Pfetsch, 2018; McNair, 2017; Waisbord, 2020).

Akhirnya, pembelajaran dari kasus ini adalah perlunya tata kelola komunikasi yang kolaboratif dan berbasis dialog. Baik pemerintah maupun pihak swasta perlu membangun komunikasi strategis yang tidak hanya fokus pada membenaran posisi hukum masing-masing, tetapi juga memperhatikan dimensi sosial, psikologis, dan kultural dari publik yang terdampak (Creswell & Poth, 2018; Tapsell, 2022). Dinamika krisis Hotel Sultan juga menunjukkan pentingnya literasi media dalam masyarakat. Tanpa pemahaman yang cukup terhadap cara kerja media, publik mudah terjebak dalam narasi yang bias atau manipulatif. Oleh karena itu, pemerintah, media, dan masyarakat sipil memiliki peran yang sama penting dalam membangun ekosistem informasi yang sehat, transparan, dan adil.

Dengan menelaah kompleksitas polemik Hotel Sultan melalui lensa komunikasi publik dan analisis isi media, studi ini memperluas wacana tentang bagaimana konflik kepemilikan dan kekuasaan di era digital tidak cukup diselesaikan melalui jalur hukum semata. Diperlukan pula narasi yang disampaikan dengan sensitivitas sosial dan kesadaran etis untuk memastikan bahwa komunikasi tidak menjadi alat propaganda, melainkan jembatan penyelesaian (Couldry & Hepp, 2017; Bardin, 2013).

SIMPULAN

Polemik pengelolaan Hotel Sultan di kawasan Gelora Bung Karno menunjukkan bahwa konflik aset negara di era digital tidak dapat dipahami semata-mata sebagai persoalan hukum dan administratif. Temuan penelitian ini menegaskan adanya pertarungan dua narasi utama dalam ruang publik digital, yakni narasi legal-formal negara yang menekankan legitimasi berbasis putusan hukum, serta narasi sosial-emosional yang berkembang terutama di media sosial dan menyoroti dampak kebijakan terhadap pekerja, pelaku usaha, dan keadilan prosedural. Media massa dan media sosial berperan aktif sebagai arena produksi makna, bukan sekadar saluran informasi, dengan kecenderungan *framing* yang berbeda sesuai dengan logika, audiens, dan dinamika platform masing-masing.

Melalui pendekatan analisis isi terhadap media massa dan media sosial, penelitian ini menunjukkan bahwa legitimasi kebijakan publik tidak hanya ditentukan oleh kekuatan yuridis, tetapi juga oleh kemampuan aktor negara mengelola narasi secara transparan, dialogis, dan sensitif terhadap dimensi sosial. Ketika komunikasi krisis terlalu menekankan aspek legal tanpa disertai empati dan partisipasi publik, ruang digital cenderung diisi oleh narasi alternatif yang

bersifat emosional dan personal. Dengan demikian, studi ini menegaskan bahwa penyelesaian konflik aset negara di era masyarakat jaringan menuntut tata kelola komunikasi publik yang tidak hanya patuh hukum, tetapi juga mampu membangun kepercayaan dan pemahaman publik secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini memiliki implikasi terhadap pentingnya strategi komunikasi krisis yang dialogis dan berorientasi publik. Dalam situasi konflik terbuka antara negara dan sektor privat, keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh kekuatan yuridis, tetapi juga oleh kemampuan institusi negara mengelola narasi secara inklusif dan empatik, terlebih dalam ekosistem digital yang sangat cepat dan kompleks.

Bagi pemerintah, disarankan untuk memperkuat kapasitas komunikasi publik, termasuk pelatihan juru bicara yang mampu menyampaikan kebijakan dengan narasi humanistik dan terbuka. Bagi media, penting untuk mempertahankan prinsip jurnalisme akurat, seimbang, dan independen dalam memberitakan isu-isu krusial yang berdampak pada opini publik.

Bagi regulator komunikasi, perlu disusun pedoman komunikasi krisis nasional yang mengatur standar etis dan operasional komunikasi dalam sengketa aset negara.

Penelitian mendatang sebaiknya melakukan: (a) Analisis longitudinal terhadap pemberitaan pascakrisis untuk melihat bagaimana memori publik dibentuk; (b) studi perbandingan antarnegara dengan kasus sengketa aset serupa untuk memperkaya pemahaman atas pola komunikasi dan penyelesaian krisis; (c) pendekatan *mixed-method*, menggabungkan analisis isi dengan survei opini publik untuk mengukur dampak representasi media terhadap kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Karlina Nurhayati, P., & Ahmad Taubih, L. (2022). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Kepatuhan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (Studi pada Unit Pelayanan Teknis Badan – Unit Pelayanan Pendapatan Daerah Kabupaten Sumbawa di Masa Pandemi Covid – 19 Tahun 2020-2021). *Kaganga Komunika: Journal of Communication Science*, 4(1), 32–42.
- Bardin, L. (2013). *Content Analysis*. Paris: PUF.
- Burhan Bungin, 2001, *Imaji Media Massa*, Yogyakarta: Jendela.
- Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of Communication*, 68(2), 243–253.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998.
- Castells, M. (2021). *Communication power*. Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2020). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage publications.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Entman, R. M. (2007). *Framing bias: Media in the distribution of power*. *Journal of Communication*, 57(1), 163–173.
- Freelon, D., Marwick, A., & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197–1201.
- Hanitzsch, T., van Dalen, A., & Steindl, N. (2019). Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. *Journalism*, 20(3), 417–436.
- J.Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kun Wazis, 2012, *Media Massa dan Konstruksi Realitas*, Malang: Aditya Media Publishing.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). Sage.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook*. Sage.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Tapsell, R. (2022). *Media power in Indonesia: Oligarchs, citizens and the digital revolution*. Rowman & Littlefield.
- Velasco, A. (2023). Social media mobilization and democratic erosion in Southeast Asia. *Asian Journal of Comparative Politics*, 8(1), 34–52.