

RESPON BPOM DALAM KASUS PEREDARAN OBAT ANAK BERBAHAN ETILEN GLIKOL DI MEDIA ONLINE CNN

Nana Handini; Rona Rizkhy Bunga Chasana

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRACT

Crises in various organizations cannot be avoided, crises can occur anywhere and anytime. Events that cause a crisis are likely to threaten an organization's reputation. The mass media is an act of crisis management and has a major influence in a crisis. Crisis communication, namely the collection, processing, and dissemination of information is useful for handling crises. This research tries to see the crisis response strategy used by BPOM to respond to the crisis at CNN Indonesia Media. This crisis occurred when the public was shocked by the death of a child due to drug ingredients containing chemical compounds. Using a quantitative approach to content analysis with a content validity test and a Holster formula as a measure of reliability between coders. Researchers found 45 news articles regarding BPOM's response from October-December 2022 to serve as data sources. Situational Crisis Communication Theory (SCCT) is a response strategy used by organizations to find out how the crisis occurred. The results of this study indicate 5 crisis response strategies used by BPOM in handling the distribution of ethylene glycol-based children's drugs. The 5 categories are excusing, justifications, reminders, scapegoating, & denial. Even though this category cannot solve the crisis, it can minimize the negative impact of the crisis.

Keywords: Crisis communication, Holistic Formula, Quantitative, SCCT Theory

ABSTRAK

Krisis di berbagai organisasi tidak dapat dihindari, krisis dapat terjadi dimanapun dan kapanpun saja. Peristiwa yang menyebabkan krisis kemungkinan besar dapat mengancam sebuah reputasi dari organisasi. Media massa merupakan suatu tindakan penanganan krisis, serta memiliki pengaruh besar dalam suatu krisis. Komunikasi krisis yaitu pengumpulan, pemrosesan, serta penyebaran suatu informasi yang berguna sebagai penanganan situasi krisis. Pada penelitian ini berusaha melihat strategi respon krisis yang digunakan BPOM untuk menanggapi krisis di Media CNN Indonesia. Krisis ini terjadi pada saat masyarakat dihebohkan peristiwa kematian anak akibat kandungan obat yang memiliki senyawa kimia. Menggunakan pendekatan kuantitatif analisis isi dengan uji validitas isi serta formula Holsti sebagai pengukuran reliabilitas antar coder. Peneliti menemukan 45 artikel berita mengenai respon BPOM sejak Oktober-Desember 2022 untuk dijadikan sumber data. *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) merupakan strategi respon yang digunakan organisasi untuk mengetahui bagaimana krisis tersebut terjadi. Hasil penelitian ini menunjukkan 5 strategi respon krisis yang digunakan BPOM dalam menangani peredaran obat anak berbahaya etilen glikol. 5 kategori tersebut adalah *excusing*, *justifications*, *reminder*, *scapegoating*, & *denial*. Meskipun kategori tersebut tidak dapat menyelesaikan krisis namun dapat meminimalisir dampak negatif akibat krisis.

Kata kunci : Komunikasi krisis, Formula Holsti, Kuantitatif, Teori SCCT

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kasus beredarnya obat sirup yang menyebabkan gagal ginjal akut pada anak meningkat begitu pesat. Hal ini diketahui penyebab kasus tersebut karena kandungan obat sirup yang sering dikonsumsi oleh anak mengandung Etilen Glikol (EG) dan Dietilen Glikol (DEG). Dengan beredarnya kasus ini membuat masyarakat resah dan kecewa. Karena obat-obatan tersebut dikonsumsi oleh anak-anak sudah sejak dahulu bahkan bertahun-tahun obat tersebut beredar dikalangan farmasi besar. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menyatakan 73 obat sirup dari 5 industri farmasi terbukti mengandung bahan senyawa kimia yaitu EG dan DEG, kemudian BPOM menarik semua izin edar obat tersebut (Cnn Indonesia, 2022).

Pada Agustus 2022 awal mula kasus tersebut melonjak, Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin mengatakan bahwa pada kasus ini angka kematian bertambah secara signifikan (CNBC Indonesia, 2022). Kementerian mengatakan data kasus per tanggal 16 November 2022 terdapat 199 anak dinyatakan meninggal dunia. Korban dalam kasus ini yang kebanyakan menderita gagal ginjal akut akibat kandungan EG dan DEG sebanyak 324 anak (Aurel, 2023). Peran BPOM dalam kasus ini yaitu mengawasi obat yang mengandung EG dan DEG, pihak BPOM mengatakan bahwa dalam pengawasan obat sudah sesuai prosedur keamanan. Awal terjadinya kasus tersebut BPOM menyatakan bahwa terdapat suatu kesenjangan dimana pihak dari BPOM tidak terlibat dalam pengawasan (Ulya, 2022).

Sudut pandang publik menyalahkan BPOM, karena memiliki tugas untuk pengawasan obat serta makanan justru lalai dengan kasus ini. Apalagi obat-obatan tersebut selalu digunakan bahkan sudah ada sejak dahulu. Akun twitter yang bernama @alandakariza pada tanggal 26 November 2022 membagikan artikel mengenai orang tua korban melayangkan gugatan "*Class Action*", *tweet* tersebut banyak mendapatkan dukungan serta empati dari masyarakat. Kolom komentar pada akun @alandakariza dibanjiri komentar masyarakat yang menunjukkan kekesalannya terhadap pihak BPOM & pemerintah yang telah lalai (Souisa, 2022). Akun @rizkiadrian dalam komentar tersebut menyampaikan bahwa kasus ini bukan pertama kali terjadi, mengapa para tenaga ahli tidak mengetahui bahwa kasus tersebut keracunan kandungan EG dan DEG. Kemudian komentar akun @sopesnoona ia mengatakan bahwa ketika anaknya sakit tidak lagi memberikan obat-obatan sirup yang biasa di pakai, karena ia merasa trauma dengan kasus yang sedang terjadi.

Krisis tersebut dialami di Indonesia yang membuat banyak publik khawatir akan kandungan

obat sirup yang sudah terlanjur mereka pakai pada saat anak sakit. Oleh karena itu, dengan meminimalisir krisis yang sedang terjadi maka dibutuhkan manajemen krisis. Manajemen krisis suatu tindakan komunikasi organisasi yang digunakan agar dapat menurunkan angka krisis yang sedang terjadi, meminimalisir akibat-akibat dari krisis, serta membuat kepercayaan masyarakat dapat kembali setelah krisis tersebut terjadi (Yu et al., 2022). Krisis merupakan suatu peristiwa yang tidak dapat diprediksi, peristiwa tersebut dapat menimbulkan dampak yang negatif jika tidak ditangani dengan tepat (Iskandar et al., 2021). Oleh karena itu, strategi sangat penting dalam menangani sebuah krisis dalam peristiwa tertentu agar dapat meminimalisir serta mengelola suatu krisis agar dampak yang ditimbulkan dapat dikendalikan (Saleh & Abu Thalib, 2021).

Kasus ini termasuk krisis karena suatu krisis yang terjadi merupakan peristiwa besar, memiliki dampak yang berpotensi buruk bagi suatu perusahaan farmasi di Indonesia, tidak hanya itu saja dampak dari kasus tersebut juga dapat mempengaruhi organisasi, publik, produk, layanan, serta nama baik (Fearn-Banks, 2011). Kasus ini disebut krisis karena dapat merusak reputasi BPOM di Indonesia, karena BPOM berperan penting dalam pengawasan obat namun dianggap lalai oleh publik. Dalam membangun reputasi maka dibutuhkan suatu media agar mendapatkan suatu laporan media mengenai suatu krisis, dengan adanya informasi tersebut secara tidak langsung dapat digunakan sebagai perbaikan reputasi (Craig Carroll & Timothy Coombs, 2013).

Komunikasi krisis yaitu pengumpulan, pemrosesan, serta penyebaran suatu informasi yang berguna sebagai penanganan situasi krisis (Akhyar & Pratiwi, 2019). Komunikasi sendiri harus memiliki suatu strategi penyusunan pesan supaya apa yang disampaikan pesan tersebut bersifat efektif pada saat krisis sedang terjadi (W. Wijayanto et al., 2022). Dalam penelitian (Saputra, 2020) juga menyampaikan bahwa komunikasi krisis merupakan suatu komunikasi antara organisasi dengan publik saat terjadi suatu krisis, komunikasi tersebut berlangsung selama krisis, sebelum, ataupun sesudah krisis.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ratna Wilandari yang berjudul “Respon Krisis Keraton Kasunanan Surakarta dalam Media” dalam penelitian tersebut menggunakan media lokal Solo pos dan Joglosemar sebagai pengambilan sumber data. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah penelitian analisis isi kuantitatif dengan menggunakan teori SCCT, strategi respon krisis yang digunakan tidak memiliki perbedaan antara kedua media. Kemudian hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi respon yang banyak digunakan *Attack the Accuser* atau masuk ke *cluster deny respon strategy* (Wilandari, 2017).

Penelitian yang dilakukan Wulan Yulianti dkk yang berjudul “Respon Krisis Twitter PLN saat Listrik Mati Massal Tahun 2019 untuk Mempertahankan Reputasi Perusahaan” dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori SCCT. Penelitian tersebut berfokus pada pengaruh dalam reputasi perusahaan namun dalam teori SCCT perilaku konsumen pada penanganan krisis dapat memberikan pengaruh dalam tindakan penanganan krisis. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat dampak langsung *crisis responsibility & rebuilding response* PLN melalui Twitter terhadap reputasi perusahaan pada kasus mati listrik massal (Yulianti Wulan, Mursal Boer, 2022).

Sedangkan pada penelitian ini yang berjudul “Strategi Respon BPOM dalam Kasus Peredaran Obat Anak Berbahan Etilen Glikol di Media Online CNN” merupakan penelitian Analisis Isi Kuantitatif dengan menggunakan kategorisasi teori SCCT agar dapat mengetahui strategi respon dari BPOM. Dalam pemilihan media, peneliti menggunakan media CNN Indonesia dengan periode Oktober-Desember 2022. Dari media tersebut peneliti menemukan sejumlah 45 artikel berita untuk di jadikan sumber data. Penelitian ini penting dilakukan karena krisis memiliki dampak buruk bagi pemangku kepentingan seperti merusak reputasi organisasi pemerintahan dan BPOM, dianggap lalai dalam pengawasan bahan obat yang sedang ramai dibicarakan di media online CNN. Oleh karena itu, peneliti memilih objek tersebut sebagai penelitiannya.

1.2 Teori Terkait

1.2.1 *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*

Penelitian ini menggunakan teori *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, teori tersebut memiliki fokus yang paling utama yaitu publik. Dalam penanggulangan suatu hal terjadinya krisis sangat dibutuhkan suatu upaya komunikasi serta sumber daya agar dapat meminimalisir krisis bagi orang lain. Dalam manajemen krisis harus membutuhkan suatu komunikasi yang baik selama proses manajemen krisis, komunikasi tersebut terbagi menjadi 2 yaitu harus dapat mengelola informasi, serta mengelola sebuah makna. Dalam mengelola suatu informasi harus melibatkan pengumpulan serta menganalisis informasi krisis, sedangkan dalam mengelola suatu makna harus mencakup berbagai persepsi krisis dan organisasi yang mengalami krisis (Craig Carroll & Timothy Coombs, 2013).

Situasi krisis pendekatan sistem tradisional menyarankan pengembangan rencana sebagai situasi tertentu. Didasari dengan beberapa tindakan yang memerlukan sebuah persiapan, serta mengelola kemungkinan krisis yang sedang terjadi sebagai pencegahan dampak yang ditimbulkan oleh krisis tersebut (Theaker, 2020). Dalam penelitian ini, strategi respon krisis merupakan bagian dari komunikasi krisis yang dilakukan sesudah krisis terjadi. strategi respon krisis sendiri lebih menekankan

pada perbaikan dalam melindungi suatu reputasi. Teori SCCT ini memiliki suatu strategi untuk mengetahui mana yang akan berhasil atau kurang berhasil dalam melindungi suatu reputasi dalam organisasi (Craig Carroll & Timothy Coombs, 2013).

Kategorisasi umum analisis data SCCT yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Strategi Respon Krisis SCCT

Strategi	N0	Kategori	Deskripsi
<i>Denial</i>	1.	<i>Attacking the Accuser</i>	Menyerang dan menuding kelompok yang mengatakan adanya suatu masalah
	2.	<i>Denial</i>	Organisasi menekankan bahwa tidak terjadi suatu krisis
	3.	<i>Scapegoating</i>	menyalahkan orang lain dan kelompok luar organisasi atas terjadinya krisis
<i>Diminish</i>	4.	<i>Excusing</i>	Berusaha mengurangi beban dari organisasi dengan membuktikan tidak ada hal negatif yang dilakukan organisasi

	5.	<i>Justification</i>	Mengambil tanggung jawab dan memimilisir kerusakan yang terjadi karena krisis
Rebuild	6.	<i>Compensation</i>	Memberikan ganti rugi atau pemberian kompensasi kepada korban krisis
	7.	<i>Apology</i>	Permintaan maaf oleh organisasi atas krisis yang terjadi
Bolstering	8.	<i>Reminding</i>	Organisasi mengingatkan kepada publik tentang karya atau hal baik
	9.	<i>Ingratiation</i>	Mengambil hati publik dengan hal-hal baik yang telah dilakukan organisasi
	10.	<i>Victimage</i>	Menyatakan pada stakeholder bahwa organisasi juga korban dari krisis

Sumber : (Coombs, 2007)

1.2.2 Komunikasi Krisis

Komunikasi krisis adalah komunikasi yang dapat membangun khalayak luas yaitu masyarakat mengenai apa yang sedang terjadi. Komunikasi krisis terjadi secara tiba-tiba dan tidak dapat diprediksi (Juneza, 2016). Komunikasi krisis dapat menciptakan sebuah makna yang baik dimana memiliki suatu tujuan untuk mempersiapkan, mengurangi, membatasi, serta menanggapi suatu peristiwa yang berbahaya (Alifha & Hapsari, 2021).

Komunikasi krisis mempelajari suatu fenomena, isu, kegagalan produk, bencana alam, serta krisis. Krisis merupakan rangkaian peristiwa yang berdasar organisasi spesifik tak terduga karena ketidakpastian sasaran terhadap organisasi yang tinggi. Dengan kata lain bahwa komunikasi krisis dianggap buatan manusia yang terpusat pada organisasi lingkungan (Olsson, 2014). Komunikasi krisis bukanlah komunikasi yang dapat menyebabkan krisis namun apabila komunikasi tidak berjalan dengan baik dan menimbulkan kesalahpahaman maka krisis akan terjadi. Dalam konteks komunikasi krisis merupakan suatu aktivitas komunikasi dimana suatu perusahaan atau suatu lembaga organisasi terjadi krisis. kemudian yang dimaksud aktivitas komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi, lembaga atau perusahaan dimana dapat mengendalikan suatu opini dari publik. Opini

ini akan timbul karena adanya suatu krisis (Setiawan et al., 2019).

Krisis yang terjadi di Indonesia cukup mengkhawatirkan publik sehingga khalayak perlu memahami apa yang disampaikan oleh pihak BPOM mengenai kasus yang sedang terjadi. Dalam pemberitaan yang dimuat di media online CNN Indonesia, BPOM resmi menyampaikan bahwa terdapat kandungan senyawa kimia yang ada pada bahan baku pembuatan obat sirup di Indonesia dengan merk obat tertentu. Kandungan tersebut adalah Etilen Glikol dan Dietilen Glikol, senyawa kimia tersebut diketahui memiliki dampak yang berbahaya apabila dikonsumsi melebihi batas aman maka zat kimia tersebut memiliki efek yang beracun (CNN Indonesia, 2022).

Adanya kasus tersebut para orang tua yang menjadi korban ingin menggugat atas kelalaian dari BPOM, bahwa pihak BPOM kurang memperhatikan kandungan obat yang selama ini telah dikonsumsi bertahun-tahun oleh konsumen di Indonesia. BPOM memiliki tugas dalam pengawasan namun mereka dinilai lalai akan tugasnya sehingga banyak anak yang menjadi korban dari adanya zat kimia dalam kandungan obat. Dengan adanya gugatan *Class Action* para orang tua berharap mereka dapat memenangkan tersebut sehingga mendapat ganti rugi sesuai dengan pembagian dari pengadilan (Ulya, 2022).

1.2.3 Media Online

Media online sering juga disebut media yang tergolong dalam komunikasi massa yang memiliki karakteristik-karakteristik tertentu (Samudra et al., 2021). Oleh karena itu Media online sebagai media informasi dimana pemerintah maupun suatu organisasi sering menggunakan media online supaya dapat merespon suatu krisis yang sedang terjadi. Pemerintah maupun organisasi menggunakan media online untuk saling berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan pada saat terjadi situasi krisis yang tidak diinginkan (Akhyar & Pratiwi, 2019).

Media online kini banyak digunakan organisasi dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi di organisasi (Liu et al., 2011). Bahwa media baru merupakan suatu tatanan antara budaya otoritas serta organisasi memiliki sebuah informasi dari saluran media massa tradisional ke penerima pasif. Sedangkan budaya dalam kebutuhan serta kepentingan publik atau konsumen media pribadi terfokus pada informasi apa yang diberikan (Olsson, 2014). Hal ini antara media dan krisis saling berkaitan karena suatu krisis akan selalu terjadi dan memiliki beberapa dampak bagi perusahaan tertentu. Dengan adanya media dapat di jadikan penanganan krisis serta memiliki pengaruh besar dalam suatu krisis.

Dalam era yang serba teknologi media online sangat membantu untuk mendapatkan suatu informasi. Media online juga dijadikan alat yang utama agar dapat mengetahui perkembangan informasi. Informasi yang dimaksud berupa sebuah isu-isu negatif maupun positif serta tentang suatu fakta tertentu (Arifiansyah Ayub, 2021). Media juga dapat menyusun suatu pemberitaan yang sedang terjadi melalui sudut pandang yang berbeda-beda, dengan menentukan dari sumber berita pada suatu peristiwa tertentu.

Peneliti mengambil isu berdasarkan kasus yang sedang ramai dibahas pada media online, sehingga peneliti mengambil sumber data melalui media online. Media online yang dipilih peneliti yaitu CNN Indonesia, dimana media tersebut menampilkan mengenai pemberitaan kasus senyawa kimia berbahaya yang terdapat dalam obat sirup. Dalam penelitian ini peneliti menemukan sejumlah 45 berita artikel dokumen yang dapat di jadikan sebagai sumber data.

2 METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif analisis isi, dimana metode tersebut berita-berita yang terdapat dalam media dapat berguna dalam penggambaran serta karakteristik isi agar sesuai dengan fakta secara objektif. Analisis isi mempelajari mengenai pesan-pesan yang terdapat dalam media cetak maupun media elektronik. Analisis isi juga mempelajari berbagai ranah ilmu komunikasi. Analisis isi memiliki pengertian yaitu salah satu metode utama dari ilmu komunikasi yang mempelajari isi dari media. Melalui analisis isi peneliti dapat mempelajari suatu gambaran, karakteristik, serta perkembangan suatu pesan (Eriyanto, 2015).

Penelitian ini peneliti menggunakan sejumlah berita dalam media Online Cnn Indonesia untuk dijadikan sumber data. Dengan periode Oktober-Desember 2022 yang memiliki jumlah 45 dokumen berita. Dalam pemilihan waktu tersebut peneliti memiliki alasan tertentu yaitu karena pada bulan Oktober kasus tersebut BPOM resmi menyatakan bahwa kandungan semua obat sirup yang mengandung EG dan DEG tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi pada anak. Sehingga semua perusahaan farmasi juga tidak boleh mendaftarkan produk obat yang mengandung EG dan DEG.

Peneliti mendapatkan data dengan melalui sumber di berbagai media, yaitu dengan mengumpulkan beberapa sumber data yang ada dipemberitaan secara faktual dan bersifat valid kebenaran berita tersebut. Peneliti mengumpulkan data berupa dokumen dengan mencari sumber di media CNN Indonesia yang berkaitan dengan kasus gagal ginjal akut pada anak. Populasi dalam penelitian ini adalah semua berita yang terkait kasus tersebut di media online CNN. Sampel dalam penelitian ini adalah sampel *non-probabilitas* dimana populasi yang terdapat dalam penelitian ini

diperoleh dengan sampel secara tidak acak.

Peneliti menguji keakuratan data yaitu melalui uji validitas isi SCCT. Dalam hal ini maka keakuratan data tidak boleh berbeda antara coder satu dengan lainnya. Dalam penelitian ini hipotesis tidak ada karena hanya terdapat satu variabel deskriptif. Oleh karena itu peneliti tidak menggunakan hipotesis, hal ini karena variable hanya terdapat satu sehingga tidak terjadi adanya hubungan sebab akibat.

Berikut adalah kategorisasi SCCT dalam respon krisis :

Tabel 2. Unit Analisis

No	Kategori	Deskripsi
1.	<i>Attacking the Accuser</i>	Menyerang pengkritik
2.	<i>Denial</i>	Menyangkal terjadinya krisis
3.	<i>Scapegoating</i>	Melempar kesalahan
4.	<i>Excusing</i>	Mengurangi tanggung jawab
5.	<i>Justification</i>	Mengambil tanggung jawab
6.	<i>Compensation</i>	Memberikan kompensasi
7.	<i>Apology</i>	Permintaan maaf
8.	<i>Reminding</i>	Mengingat hal baik
9.	<i>Ingratiation</i>	Menyanjung stakeholder dengan prestasi perusahaan
10.	<i>Victimage</i>	Menyatakan bahwa juga korban

Sumber : (Coombs, 2007)

Penelitian ini peneliti menggunakan formula holsti sebagai pengukur dalam reliabilitas antara coder. Peneliti menggunakan antar coder dalam penelitian ini yaitu : coder pertama merupakan peneliti sendiri dan coder kedua adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi FKI UMS Angkatan 2019 yang pernah melakukan penelitian yang sama yaitu menggunakan teori SCCT, dengan menggunakan formula holsti rumus sebagai berikut :

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2} \quad (1)$$

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah sampel yang disetujui oleh pengkoding dan peneliti

N1 = Jumlah sampel yang disetujui oleh pengkoding

N2 = Jumlah sampel yang disetujui oleh peneliti

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Tahap dalam penelitian ini data disajikan sesuai dengan pemberitaan CNN Indonesia edisi Oktober-Desember 2022. Kemudian dianalisis dalam bentuk tabel yang disusun supaya dapat mempermudah pemahaman suatu hasil data. Dalam penelitian ini SCCT digunakan agar peneliti dapat menganalisis, serta mencari tahu strategi BPOM dalam menangani kasus obat yang mengandung bahan kimia sesuai dengan kategori respon krisis SCCT. Berikut ini merupakan kategorisasi strategi respon SCCT :

Tabel 3. Kategori SCCT

Kategori Strategi Respon Krisis	
1.	<i>Attacking the Accuser</i>
2.	<i>Denial</i>
3.	<i>Scapegoating</i>
4.	<i>Excusing</i>
5.	<i>Justification</i>
6.	<i>Compensation</i>
7.	<i>Apology</i>
8.	<i>Reminding</i>
9.	<i>Ingratiation</i>
10.	<i>Victimage</i>

Sumber : Analisis Data

3.1.1 Validitas

Penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas, validitas isi digunakan peneliti karena semua konsep disertakan penelitian. Penelitian yang valid apabila suatu alat ukur sesuai dengan apa yang telah dilakukan dalam penelitian tersebut (Neuendorf, 2002). Validitas isi dalam pengukuran menggunakan sebuah buku atau jurnal untuk pembandingan penelitian. Peneliti melakukan penelitian ini menggunakan pengukuran dengan *Situational Crisis Communication theory (SSCT)*. Terdapat 10 kategorisasi respon krisis oleh Coombs yaitu *Attacking the Accuser, Denial, Scapegoating, Excusing, Justification, Compensation, Apology, Reminding, Ingratiation, Victimimage*. Berdasarkan jurnal yang digunakan sebagai pengukur uji validitas, terdapat 5 kategori yang ditemukan oleh peneliti, oleh karena itu uji ini dikatakan valid.

3.1.2 Reliabilitas

Peneliti setelah menyatakan data valid maka perlu dilakukan uji reliabilitas, dimana uji ini memiliki suatu tujuan. Tujuan uji reliabilitas agar dapat memastikan bahwa temuan yang sama ketika dilakukan oleh seseorang yang beda. Dalam pengukuran reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas antar coder yaitu dengan menggunakan 2 coder. Coder pertama yaitu peneliti sendiri dan coder kedua merupakan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2019, yang juga melakukan penelitian yang sama dengan menggunakan teori SCCT. Dalam uji reliabilitas tidak semua sampel harus diuji, namun sekurangnya terdapat 10% dari populasi unit studi yang dibutuhkan. Peneliti menggunakan hanya 5 artikel berita dalam penelitiannya untuk menguji reliabilitas data. Untuk selanjutnya uji reliabilitas respon krisis melalui media CNN Indonesia, berdasarkan teori SCCT yang sudah dikelompokkan serta disajikan yaitu sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Tanggal	Judul Berita	Coder I	Coder II	Setuju (S) atau Tidak Setuju (TS)
12/10/2022	BPOM Pastikan Obat Paracetamol di Gambia Tak Terdaftar di Indonesia	Denial	Excusing	TS
15/10/2022	BPOM Resmi Larang Dietilen dan Etilen Glikol jadi Bahan Obat Sirup	justification	justification	S

19/10/2022	BPOM Bakal Sanksi Produsen Obat Sirop dengan DEG dan EG Lewati Batas	justification	justification	S
20/10/2022	BPOM Minta Perusahaan Musnahkan 5 Obat Sirop Kelebihan EG dan DEG	justification	justification	S
20/10/2022	BPOM Ungkap Alasan Sebut Termorex Dkk Mengandung Etilen Glikol	justification	justification	S
Total S = 4 Total TS = 1				
Reliabilitas = $2M / (N1 + N2) = 2 (4) / (5+5) = 0,8 (80\%)$				

Sumber : Analisis Data

Dalam pengukuran reliabilitas ini penelitian diukur berdasarkan formula holsti dimana hasil yang didapatkan adalah 0,8 atau 80%. Hasil dari uji reliabilitas dalam formula holsti ini harus dapat melebihi batas minimum yakni 0,70 atau 70% agar data bisa dinyatakan reliabel. Sehingga dalam penelitian ini sudah dinyatakan reliabel karena sudah melewati batas minimum dalam formula holsti.

3.1.3 Analisis Data

Temuan data yang diperoleh dalam penelitian ini mendapatkan hasil dari uji validitas serta reliabilitas yang sebelumnya sudah dianalisis. Setelah itu dikelompokkan menjadi tabel frekuensi, kemudian tabel tersebut disajikan, untuk mempermudah peneliti dalam penelitian untuk melihat hasil data analisis yang telah ditemukan peneliti. Berikut ini merupakan hasil temuan peneliti yaitu 40 berita yang terdapat pada media CNN Indonesia, berdasarkan hasil temuan peneliti yang telah dikategorisasikan yang berdasarkan 10 kategori respon krisis SCCT milik Coombs.

Kategori SCCT	Frekuensi	Persentase %
<i>Attacking the Accuser</i>	0	0%
<i>Denial</i>	1	2,5 %
<i>Scapegoating</i>	2	5 %
<i>Excusing</i>	15	37,5 %
<i>Justification</i>	15	37,5 %
<i>Compensation</i>	0	0
<i>Apology</i>	0	0
<i>Reminding</i>	7	17,5 %
<i>Ingratiation</i>	0	0

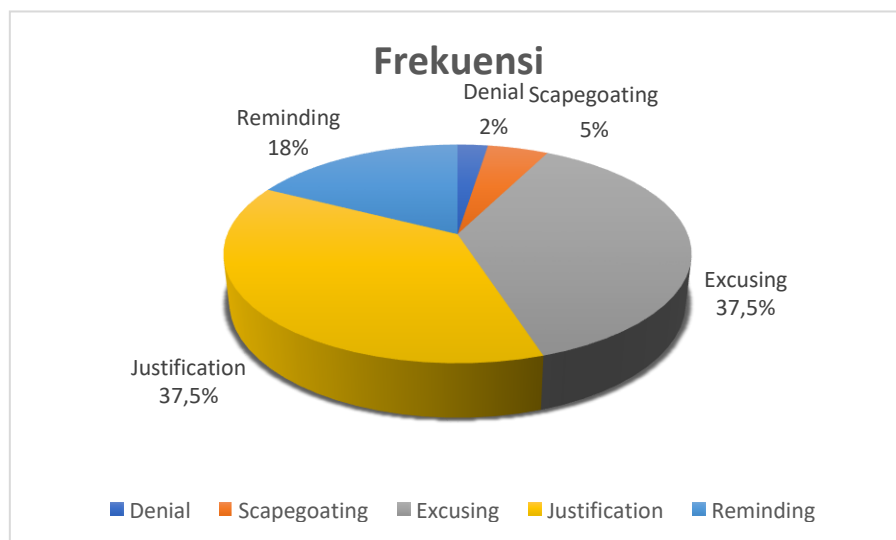
<i>Victimage</i>	0	0
Total	40	100 %

Tabel 5. Distribusi Frekuensi

Sumber : Analisis Data

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat 5 kategori yang terdiri dari 10 respon krisis SCCT, 5 kategori tersebut merupakan kategori yang digunakan oleh Bpom dalam menangani kasus peredaran obat anak berbahan Etilen Glikol di media online CNN Indonesia. 5 kategori tersebut yaitu *Excusing*, *Justification*, *Reminding*, *Scapegoating* dan *Denial*. 5 kategori tersebut telah digunakan diatas, penelitian ini kategori *Excusing* dan *Justification* mendominasi pemberitaan media CNN Indonesia pada edisi Oktober-Desember 2022 yaitu sama sebanyak 15 artikel berita dari 40 total sampel yang sudah dianalisis. Berikut peneliti menyajikan diagaram agar dapat mempermudah dalam melihat atau membaca data temuan dari peneliti terkait respon Bpom dalam menangani kasus peredaran obat anak berbahan Etilen Glikol di media online CNN Indonesia berdasarkan kategori SCCT.

Gambar 1. Diagram Respon Bpom dalam menangani kasus peredaran obat anak berbahan Etilen Glikol dimedia online CNN Indonesia berdasarkan SCCT



Sumber : Analisis Data

3.2 Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui bagaimana respon BPOM dalam menangani kasus peredaran obat anak berbahan etilen glikol dimedia online CNN Indonesia dengan menggunakan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Teori SCCT merupakan strategi respon krisis yang

dilakukan organisasi untuk memahami bagaimana krisis itu terjadi. Dalam teori ini komunikasi dapat juga mempengaruhi suatu persepsi orang pada saat krisis (Coombs, 2007).

Penelitian ini menemukan 5 dari 10 kategori respon krisis SCCT yang digunakan dalam respon BPOM mengenai peredaran obat anak berbahan etilen glikol pada media Cnn Indonesia. 5 kategori tersebut meliputi *Excusing*, *Justification*, *Reminding*, *Scapegoating* dan *Denial*.

Kategori yang dominan digunakan dalam respon dari BPOM pada media ini adalah *excuse* dan *justifications*. Keduanya memiliki presentasi yang sama dalam penelitian ini. Kategori *excuse* berusaha mengurangi beban dari organisasi dengan membuktikan tidak ada hal negatif yang dilakukan organisasi (Coombs, 2007). Dari kategori *excuse* terdapat suatu pernyataan maupun sikap untuk menyangkal suatu krisis. Selain itu dalam kategori ini mereka menyatakan ketidakmampuan dalam menghadapi peristiwa tersebut yang menimbulkan suatu krisis (Coombs, 2007).

Dalam pemberitaan terlihat bahwa BPOM membuktikan tidak ada hal negatif yang dilakukan oleh pihaknya. BPOM mencoba meyakinkan masyarakat bahwa selama pengawasan produk sudah melakukan dengan pengawasan yang ketat. Produk-produk yang akan masuk ke dalam Indonesia tentu saja melalui izin BPOM (Cnn Indonesia, 2022). Pihak BPOM mengaku sudah berusaha melakukan pengawasan dengan ketat. Namun kandungan merupakan jaminan keamanan dalam produk di Indonesia bukan tugas BPOM saja melainkan juga kementerian perdagangan.

Menurut (Mohamad Ashari et al., 2017) kategori *excuse* dapat membantu krisis yang sedang terjadi di organisasi. Kategori *excuse* merupakan salah satu cara untuk mengurangi hubungan dengan pihak organisasi serta para pemangku kepentingan, supaya dalam hal penyelesaian agar tidak dianggap buruk. Dalam penelitian menyatakan bahwa organisasi atau pemangku kepentingan pasti mencari sumber terjadinya peristiwa atau krisis, serta meminimalisir akibat-akibat negatif karena krisis yang sedang terjadi.

Kategori dominan lainnya adalah *justification* merupakan pembenaran, kategori ini mengambil tanggung jawab dan meminimalisir kerusakan yang terjadi karena krisis (Coombs, 2007). Dalam kategori ini perusahaan menunjukkan bahwa untuk menghadapi krisis dengan upaya mempertanggungjawabkan kerusakan karena krisis (Coombs, 2007). Kategori ini terlihat pada berita ketika pihak BPOM menyatakan bahwa hasil investigasi dari pihaknya menunjukkan bahwa dari ketiga tersangka industri farmasi terbukti melakukan pelanggaran di bidang produksi obat (Cnn Indonesia, 2022).

Dalam hal ini BPOM mengambil tanggung jawab dengan cara meminimalkan kerusakan akibat peristiwa krisis yang terjadi. Salah satu cara yang digunakan yaitu dengan menyatakan bahwa tersangka industri farmasi terbukti melakukan penyalahgunaan atau pelanggaran pada produksi obatnya. Menurut (Surahmat et al., 2021), *justifications* memiliki cara agar reputasi suatu perusahaan tetap stabil dengan adanya krisis yang terjadi. Sehingga untuk melakukan tanggung jawab meminimalkan kerusakan harus dilakukan agar reputasi dari suatu perusahaan tetap terjaga dengan baik.

Kategori *reminder* menjadi kategori dominan ketiga, digunakan BPOM yang ditemukan dalam sampel penelitian ini. *Reminder* adalah kategori dimana suatu manajer krisis mencari dukungan publik dengan cara mengingatkan publik, melalui hal-hal positif yang sebelumnya telah dilakukan oleh organisasi (Coombs, 2007). Dalam pemberitaan, kategori *reminder* muncul ketika BPOM merasa sudah menghimbau kepada para pihak industri farmasi yang memasok atau membeli pelarut dari Pedagang Besar Farmasi (PBF). Sementara itu BPOM menyatakan bahwa PBF terbukti menyalurkan kandungan pelarut Propilen Glikol. Oleh karena itu BPOM menyampaikan agar industri farmasi segera menghentikan produk dan menariknya (Cnn Indonesia, 2022).

Dari berita dapat disimpulkan bahwa Pihak BPOM menyampaikan kepada industri farmasi tentang zat kimia dilarang keras untuk digunakan. Termasuk menyatakan bahwa obat yang mengandung bahan-bahan kimia tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi serta diperjual belikan. Menurut (Putri et al., 2019) kategori *reminder* digunakan untuk meminimalisir hal-hal negatif atau kesan yang buruk dari pihak-pihak terkait.

Sementara itu peneliti menemukan kategori *scapegoating* dan kategori *denial* sebagai kategori yang paling sedikit digunakan atau ditemukan. Dalam penelitian ini dari kedua kategori tersebut hanya terdapat 5% untuk kategori *scapegoating* serta kategori *denial* sejumlah 2,5%. Dalam hal ini kategori *scapegoating* menyalahkan orang lain dan kelompok luar organisasi atas terjadinya krisis (Coombs, 2007). Kategori ini ditemukan dalam pemberitaan, ketika BPOM menemukan sejumlah bukti perubahan bahan baku obat serta sumber pemasok yang tidak memenuhi kualifikasi. Padahal seharusnya setiap perusahaan industri farmasi ketika melakukan perubahan dalam kandungan bahan baku obatnya, harus melakukan uji standar sesuai peraturan yang ada, serta harus melapor kepihak BPOM (Ina, 2022). Dalam pemberitaan tersebut dapat disimpulkan bahwa sumber pemasok pada perusahaan industri farmasi terbukti tidak memenuhi kualifikasi. Sehingga bahan baku yang digunakan tidak masuk dalam uji standar sesuai peraturan.

Terakhir adalah kategori *denial* dimana organisasi menekankan bahwa tidak terjadi suatu krisis (Coombs, 2007). Dalam kategori ini terlihat pada berita bahwa pihak BPOM menyatakan dalam pengawasan obat, terjadi ketidakpahaman sehingga selalu dikaitkan dengan sistem pengawasan (Cnn Indonesia, 2022). BPOM merasa pihaknya sudah melakukan pengawasan terkait dengan bahan-bahan yang digunakan para pemasok. Namun menurutnya ada beberapa pemasok yang melakukan pelanggaran, dimana bahan-bahan tersebut tidak sesuai standar pelanggaran dengan menggunakan bahan-bahan yang tidak sesuai standar. Menurut (Wijayanto et al., 2016) kategori *denial* digunakan sebagai tindakan yang sangat efektif untuk berbagai macam krisis citra yang sedang terjadi.

Respon yang dilakukan pihak BPOM merupakan bentuk pertanggung jawaban. Salah satu cara yang dilakukan BPOM yaitu dengan meminimalkan kerusakan akibat dari krisis, serta melakukan suatu tindakan agar krisis dapat diperbaiki. Dengan adanya pertanggung jawaban dari pihak BPOM, bermaksud agar bermanfaat bagi masyarakat yang terdampak oleh krisis yang sedang terjadi. Respon-respon yang dilakukan pihak BPOM yang digambarkan melalui media ini dapat meminimalkan kerusakan yang terjadi atau bahkan bisa memperburuk ketika respon yang dilakukan itu juga buruk. Diatas adalah bentuk-bentuk respon yang ditemukan peneliti ketika melihat diberita. Meskipun dalam penelitian ini kategori *excusing* dan *justifications* mendominasi, kategori tersebut tidak bisa menyelesaikan krisis dengan skala besar.

4. PENUTUP

Setiap krisis yang terjadi di berbagai organisasi tidak dapat dihindari, krisis dapat terjadi dimanapun dan kapanpun saja. Peristiwa apapun yang menyebabkan krisis kemungkinan besar dapat mengancam sebuah reputasi dari organisasi. Dalam penelitian ini respon/pesan-pesan yang tertera pada pemberitaan tersebut juga termasuk bentuk pertanggung jawaban dari pihak BPOM terkait krisis. Oleh karena itu kategori-kategori dalam temuan penelitian dapat meminimalisir adanya krisis yang terjadi dari kerusakan. Penggunaan media sendiri mampu mengetahui respon-respon di luaran sana agar dapat dijadikan acuan bagaimana krisis ini mempengaruhi masyarakat. Apakah memiliki dampak yang begitu buruk ataupun justru sebaliknya. Dengan adanya media massa, pemangku kepentingan/organisasi bisa bertindak apa yang selanjutnya mereka lakukan untuk menangani krisis yang terjadi.

Selama penelitian, peneliti juga memiliki keterbatasan, yaitu hanya menggunakan satu media massa CNN Indonesia. Kekurangan dalam penelitian ini yaitu peneliti hanya fokus terhadap respon berita yang dimuat oleh CNN Indonesia, sehingga sampel terbatas serta tidak bisa melihat dari sisi lain atau sudut pandang yang berbeda dari berbagai media massa. Menurut peneliti pemilihan CNN

Indonesia sebagai satu-satunya media dalam penelitian objek ini, karena pada saat penelitian dilakukan media CNN Indonesia inilah yang banyak memuat berita terkait kasus ini. Banyaknya pemberitaan di berbagai media massa, tentu saja pada setiap masing-masing media menyajikan berita dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan 2 media massa lainnya. Dengan begitu dapat melihat perbedaan antara kedua media/sudut pandang lain.

Komunikasi krisis tidak hanya digunakan dalam media massa saja, namun sekarang juga digunakan diberbagai media sosial. Dengan melakukan penelitian media sosial, penelitian komunikasi krisis akan bisa lebih dieksplor lagi. Kelebihan dalam penggunaan media sosial, kita bisa lihat dari sudut pandang yang berbeda, yaitu sudut pandang dari kedua sisi antara organisasi dan juga respon publik terhadap krisis yang terjadi. sehingga dalam penelitiannya nanti akan lebih kompleks. Oleh karena itu opini publik juga dibutuhkan untuk membantu suatu respon informasi apa yang baik bagi suatu organisasi.

Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya sebisa mungkin metode lainnya juga harus digunakan terkait penelitian ini. Dengan menggunakan metode lainnya seperti metode analisis jaringan dan sentiment analisis, maka akan mendapatkan hasil dari berbagai temuan baru. Kemudian untuk selanjutnya gunakanlah berbagai media massa atau media sosial lainnya. Penggunaan berbagai media dapat dijadikan perbandingan dalam melihat penyajian berita mengenai suatu respon akibat krisis yang terjadi. Untuk selanjutnya penelitian dapat menghasilkan perspektif atau sudut pandang yang baru dari penelitian sebelumnya terkait strategi penyelesaian krisis.

PERSANTUNAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta nikmat yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Ucapan terimakasih kepada kedua orang tua, keluarga, dan orang-orang terdekat yang telah mendoakan serta memberikan dukungan baik secara moril dan materil, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Ucapan terimakasih kepada ibu Rona Rizkhy Bunga Chasana, S.I.Kom, M.A. yang telah membimbing dan memberikan arahan serta dukungan untuk membantu penyelesaian penelitian ini. Serta ucapan terimakasih kepada ibu Dr. Dian Purworini, M.M. dan bapak Joko Sutarso, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan sehingga penelitian ini menjadi lebih baik. Tidak lupa, saya ucapkan kepada para sahabat yang tidak bisa saya sebutkan nama satu-persatu, terimakasih telah memberikan semangat serta dukungan, sehingga peneliti bisa melalui proses Panjang penelitian ini. Ucapan terimakasih untuk Terakhir, yaitu ucapan terimakasih kepada diri

sendiri yang selalu semangat, bertahan sampai akhir, dapat melalui proses Panjang perkuliahan, serta dapat menyelesaikan penelitian ini sampai akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, D. M., & Pratiwi, A. S. (2019). Media Sosial dan Komunikasi Krisis : Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 11(1), 35–52.
- Alifha, F., & Hapsari, D. R. (2021). Efektivitas Strategi Cyber Government Public Relations dalam Diseminasi Informasi Kesehatan sebagai Bentuk Komunikasi Krisis (Kasus : Informasi Kesehatan Covid-19 Masyarakat Kabupaten Bogor) Effectiveness of Cyber Government Public Relations in Dissemin. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 05(06), 837–842. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/922-Article Text-2438-1-10-20220120.pdf
- Arifiansyah Ayub, M. (2021). Analisis Topik Ekonomi Dengan Algoritma K-Means Pada Media Online Era Pandemi Covid-19 Di Sulawesi Tenggara. *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, 4(2), 133–138. <https://doi.org/10.33387/jiko.v4i2.3235>
- Aurel, S. (2023). *Obat Sirup Sebabkan Gagal Ginjal Akut, BPOM Akui Ada Kelalaian*. KBR. <https://kbr.id/nasional/01-2023/obat-sirup-sebabkan-gagal-ginjal-akut-bpom-akui-ada-kelalaian/110699.html>
- Cnn Indonesia. (2022a). *Alasan BPOM Tak Awasi Bahan Obat Sirop yang Tercemar Senyawa Kimia*. Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221102115433-20-868468/alasan-bpom-tak-awasi-bahan-obat-sirop-yang-tercemar-senyawa-kimia.%0A%0A>
- Cnn Indonesia. (2022b). *Daftar 69 Obat yang Ditarik dan Dilarang Produksi BPOM*. Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221108081130-20-870824/daftar-69-obat-yang-ditarik-dan-dilarang-produksi-bpom>.
- Cnn Indonesia. (2022c). *Di DPR, BPOM Singgung Kejahatan Kemanusiaan terkait Kandungan EG-DEG*. Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221102124227-20-868492/di-dpr-bpom-singgung-kejahatan-kemanusiaan-terkait-kandungan-eg-deg>.
- Cnn Indonesia. (2022d). *Kepala BPOM Temui Jaksa Agung Bahas Kasus Gagal Ginjal & Gugatan PTUN*. Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221116171159-12-874691/kepala-bpom-temui-jaksa-agung-bahas-kasus-gagal-ginjal-gugatan-ptun>.
- Coombs, W. T. (2007). *Protecting Organization Reputations During a Crisis : The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*. 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Craig Carroll, by E., & Timothy Coombs, W. (2013). *The Handbook of Communication and Corporate Reputation, First Edition. Edited Situational Theory of Crisis: Situational Crisis Communication Theory and Corporate Reputation*.
- Fearn-Banks, K. (2011). *Crisis Communications: A Casebook Approach, Fourth Edition*.
- Ina. (2022). *Kronologi Dua Perusahaan Diduga Tindak Pidana Kasus Gagal Ginjal Akut*. Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221031183914-12-867693/kronologi-dua-perusahaan-diduga-tindak-pidana-kasus-gagal-ginjal-akut>.
- Iskandar, I. N., Hidayat, D. R., & Priyatna, C. C. (2021). Strategi Komunikasi Krisis DPR RI Menggunakan Instagram Menghadapi Penolakan RUU Cipta Kerja. *Aspirasi: Jurnal Masalah-*

Masalah Sosial, 12(2), 107–120. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v12i2.2413>

- Juneza, R. R. D. (2016). Respon Para Disabilitas terhadap Komunikasi Krisis BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) dan Tim SAR Klaten Tahun 2016. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1192>
- Liu, B. F., Austin, L., & Jin, Y. (2011). How publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source. *Public Relations Review*, 37(4), 345–353. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.08.004>
- Mohamad Ashari, N., Abang Ahmad, D. A. M., & Samani, M. C. (2017). Crisis Response Strategy and Crisis Types Suitability: A Preliminary Study on MH370. *SHS Web of Conferences*, 33, 00037. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300037>
- Neuendorf, K. A. (2002). The content analysis handbook. In *Sage Publications*.
- Olsson, E. K. (2014). Crisis Communication in Public Organisations: Dimensions of Crisis Communication Revisited. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 22(2), 113–125. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12047>
- Putri, A. W., JK, S., & Rahmanto, A. N. (2019). Komunikasi Krisis Kementerian Pertanian Pada Kasus Penggerebekkan Gudang Beras PT Ibu (Analisis Isi Kualitatif Menggunakan Situational Crisis Communication Theory). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 53. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1765>
- Saleh, R., & Abu Thalib, A. (2021). Penelitian Komunikasi Krisis Di Awal Pandemi Covid-19 Di Indonesia: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Komunikasi*, 14(2). <https://doi.org/10.47354/jku.v14i2.351>
- Samudra, J. I., Vidyarini, T. N., & Monica, V. (2021). Analisis Isi Penggambaran Media Online Detik.Com terhadap Citra PT Djarum Pada Saat Krisis Kasus KPAI. *E-Komunikasi*, 9(1), 2–8.
- Saputra, R. (2020). Penerapan Situational Communication Crisis Theory bagi Organisasi Dakwah dalam Menghadapi Situasi Krisis. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 190–201. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4172>
- Setiawan, T., Kurniawati, Y., & Saputro, E. (2019). Komunikasi Krisis Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(02), 50–61. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/26>
- Souisa, H. (2022). “Jadi Siapa yang Bertanggung Jawab?”: Orangtua Korban Gagal Ginjal Akut Layangkan Gugatan “Class Action.” ABC.
- Surahmat, A., Dida, S., & Zubair, F. (2021). Analysis of the Government’s Crisis Communication Strategy Discourse to Defend Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 36. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i1.9272>
- Theaker, A. (2020). The public relations handbook. In *The Public Relations Handbook*. <https://doi.org/10.4324/9780429298578>
- Ulya, F. N. (2022). BPOM soal Pengawasan Obat Sirup: Kami Tidak Kecolongan, tetapi Ada Celah dari Hulu ke Hilir. Kompas.
- Wijayanto, T. D., & Purworini, D. (2016). Respon Pemerintah pada Aksi Damai 411 dan 212 : Analisis Isi Harian Kompas Edisi November 2016 - Desember 2016. *November*, 11–25.
- Wijayanto, W., Martini, R., & Elsitra, G. N. (2022). Kajian Kritis Komunikasi Krisis: Belajar dari

Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13(1), 149–166. <https://doi.org/10.14710/politika.13.1.2022.149-166>

Wilandari, R. (2017). Respon Krisis Keraton Kasunanan Surakarta Dalam Media. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(1), 41–46.
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i1.2932>

Yu, M., Cheng, M., Yang, L., & Yu, Z. (2022). Hotel guest satisfaction during COVID-19 outbreak: The moderating role of crisis response strategy. *Tourism Management*, 93(June 2021).
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104618>

Yulianti Wulan, Mursal Boer, A. Y. dan J. M. P. (2022). Respon Krisis Twitter PLN saat Listrik Mati Massal Tahun 2019 untuk Mempertahankan Reputasi Perusahaan. *ISKI*, 5 (01), 20(E-ISSN 2686-0724 P-ISSN 0853-3370), 12

