

RESPON PEMERINTAH TERKAIT POLUSI DKI JAKARTA PADA MEDIA *ONLINE* (ANALISIS SCCT PADA PEMBERITAAN MEDIA *ONLINE* KOMPAS DAN KUMPARAAN TERKAIT POLUSI DKI JAKARTA)

Yunita Dzaki Fadhilla, Rona Rizkhy Bunga Chasana
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Informatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Krisis lingkungan sering terjadi di Indonesia, salah satunya polusi udara. Krisis dapat terjadi kapanpun dan dimanapun yang dapat mengancam reputasi dari organisasi. Krisis polusi udara di DKI Jakarta harus diperhatikan oleh pemerintah karena menyangkut nasib masyarakat Indonesia. Citra yang baik dapat dilihat dari *stakeholder* organisasi. Komunikasi krisis merupakan cara yang dilakukan organisasi untuk memperbaiki dan membangun reputasi organisasi yang telah rusak akibat krisis. Penelitian ini berusaha melihat respon komunikasi krisis yang dilakukan pemerintah untuk merespon krisis pada media *online* *kompas.com* dan *kumparan.com*. Penelitian ini menggunakan teori *situational crisis communication theory* (SCCT) yang bertujuan untuk mengetahui strategi respon apa yang digunakan organisasi saat krisis terjadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif analisis isi dengan uji validitas isi serta formula holsti sebagai pengukuran reliabilitas antar coder. Peneliti menemukan 47 artikel berita yang berkaitan dengan polusi udara DKI Jakarta pada bulan Juni – September 2023. Hasil dari penelitian menemukan bahwa kategori *justification* sering dilakukan oleh pemerintah dalam merespon situasi krisis pada kedua media *online* tersebut.

Kata Kunci: Komunikasi krisis, Formula holsti, Analisis isi, Situational Crisis Communication Theory

Abstract

Environmental crises often occur in Indonesia, one of which is air pollution. Crises can occur anytime and anywhere that can threaten the reputation of the organization. The air pollution crisis in DKI Jakarta must be considered by the government because it concerns the fate of the Indonesian people. A good image can be seen from the organization's stakeholders. Crisis communication is a way for organizations to repair and build the reputation of organizations that have been damaged by the crisis. This research seeks to see the crisis communication response carried out by the government to respond to the crisis in the online media *kompas* and *kumparan*. This research uses situational crisis communication theory (SCCT) which aims to find out what response strategies organizations use when a crisis occurs. This research uses a quantitative content analysis approach with content validity test and Holsti formula as a measurement of inter-coder reliability. Researchers found 47 news articles related to DKI Jakarta air pollution in June - September 2023. The results of the study found that the justification category is often done by the government in responding to crisis situations in both online media.

Keywords: Crisis Communication, Holistic Formula, Content analysis, Situational Crisis Communication Theory

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Provinsi DKI alami krisis lantaran polusi udara Jakarta memburuk selama musim kemarau. Pemerintah Provinsi DKI menyatakan bahwa kualitas udara Jakarta mengalami peningkatan konsentrasi polutan pada bulan Mei hingga Agustus. Rata-rata polutan konsentrasi PM 2,5 pada April 2023, sebesar 29,75, namun polutan konsentrasi mencapai 50,21 mikrogram per kubik pada bulan Mei 2023 (Sutrisna, 2023b). Hal ini menjadikan publik mengeluh akibat buruknya kualitas udara Jakarta, yang dikhawatirkan akan berdampak kepada kesehatan anak-anak hingga lanjut usia serta kelompok - kelompok sensitif lainnya. Indeks Jakarta kurang dari 150 pada Jumat (19/5/2023) berdasarkan IQAir, serta pada Senin (22/5/2023) menunjukkan kualitas udara DKI Jakarta melonjak mencapai 159 (Huda, 2023b). Menurut situs AQ Index, pada Rabu (15/6/2023) DKI Jakarta berada di posisi pertama di dunia yang memiliki kualitas udara yang buruk dengan skor Air Quality Index US 167 (R. Ramadhan, 2023). Kondisi kualitas udara DKI Jakarta memburuk menyebabkan penyakit pernapasan atau infeksi saluran akut (ISPA). Budi Gunawan, Menteri Kesehatan menyatakan bahwa kasus ISPA mencapai 200.000 kasus yang mana meningkat 4 kali lipat dibandingkan saat Covid-19 (Ulya, 2023).

Akhir tahun 2022 berdasarkan Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) bahwa Indonesia terjadi musim kemarau panjang pada tahun 2023. Bondan Andriyanu, Juru Kampanye Energi Greenpeace Indonesia menilai pemerintah saat itu tidak menganggap polusi udara merupakan krisis yang mendesak. Menurut Bondan, Kementerianabn Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dan Dinas Lingkungan sudah mengetahui kemarau panjang dengan PM 2,5 tinggi namun pemerintah hanya fokus pada uji emisi tanpa data empiris dan saintifik (Huda, 2023c). Oleh karena itu, krisis yang terjadi oleh pemerintah terkait polusi DKI Jakarta membuat banyak publik khawatir. Melakukan komunikasi intens dengan publik disebut komunikasi krisis, upaya ini dapat dilakukan secepat mungkin guna menyediakan informasi yang dibutuhkan dan membangun kontrol publik saat krisis dari sikap negatif kepada organisasi (Venus et al., 2020). Hal ini dapat diketahui bahwa dengan adanya bencana alam menjadikan masalah nasional dengan dampak bencana yang serius mulai dari

faktor ekonomi, faktor geografis, dan faktor sosial (Juneza & Purworini, 2016). Dampak negatif akibat bencana menjadi fokus kajian pemerintah sekitar bahwa penyelenggaraan penanggulangan bencana merupakan tanggung jawab dari pemerintah pusat serta pemerintah daerah sesuai dengan Undang-undang no. 24 Tahun 2007 (Dianty et al., 2022).

Organisasi yang baik dapat dilihat melalui citra organisasi yang baik di mata publik maupun *stakeholder* organisasi. Apabila organisasi mengalami krisis akan mempengaruhi citra baik yang telah dibangun sebelumnya. Komunikasi krisis merupakan cara yang dilakukan organisasi memperbaiki citra positif dengan bantuan *public relations*. Cara organisasi dalam manajemen krisis merupakan bagian dari strategi komunikasi krisis namun apabila tertutupnya komunikasi dalam penyampaian informasi akan menyebabkan isu-isu yang bersifat negatif serta kesalahan persepsi pada masyarakat (Alifha & Hapsari, 2021).

Komunikasi krisis membutuhkan *public relations* yang memiliki kejujuran, etika, dan moral tinggi agar *public relations* dapat membedakan hal yang salah ataupun benar dalam menyampaikan sebuah informasi dan mengetahui sifat apa saja yang harus dihargai dan dihormati (Indrayani, 2017). *Public relations* memiliki peran dalam menyampaikan pesan ke media saat organisasi menghadapi krisis atau masalah yang muncul dengan melibatkan internal maupun eksternal organisasi, sebabnya *public relations* dan *stakeholder* harus memiliki hubungan baik dengan tujuan mempersiapkan organisasi saat terjadi krisis (Nadila, L, S & Purworini, 2021). Organisasi satu dengan organisasi yang lain memiliki gaya komunikasi yang tidak sama, dikarenakan komunikasi organisasi seperti sifat komunikasi yang akan mempengaruhi pada gaya komunikasi organisasi khususnya pada saat organisasi mengalami krisis (Handayani, 2016).

Media membantu organisasi dalam menanggulangi krisis dan menjadikan alat untuk membangun reputasi yang telah rusak akibat krisis. Selain itu media dapat membentuk opini publik yang akan mempengaruhi bagaimana publik dalam bertindak dan berpikir sehingga organisasi dapat menghadapi krisis dengan melihat respon publik (Lesmana, 2020). Oleh karena itu, reputasi organisasi merupakan citra organisasi di mata publik saat organisasi mengalami krisis, bagaimana publik menilai organisasi tetap baik ataupun buruk setelah adanya krisis. Munculnya krisis menjadikan tantangan bagi organisasi untuk memulihkan citra *stakeholder* dengan memberikan klarifikasi kepada media dengan cepat yang meliputi informasi krisis organisasi (Bahtera et al., 2019).

Krisis serupa diteliti oleh Desmalinda dkk yang membahas mengenai kasus penembakan Brigadir J yang menggunakan teori SCCT dengan analisis isi serta analisis berbasis big data pada tahap kuantitatif dan kualitatif serta menerapkan analisis deskriptif. Hasil penelitian yang didapat dari @divisihumaspolri yakni Humas Polri berfokus dalam membangun kepercayaan publik dengan informasi yang transparan, objektif dan akuntabel. Hasil strategi Polri dalam merespon krisis dominan strategi SCCT *ingratiation* dengan persentase 76,92% dan *justification* 47,69%. Sisanya *compensation* 4,62%, *apology* 1,54% (Desmalinda & Damayanti, Deska, 2023).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yu Tian dkk membahas bagaimana penerapan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) memiliki implikasi untuk mendeskripsikan dan memahami *public relations* politik pada media sosial. Penelitian tersebut membahas mengenai strategi komunikasi krisis antara Trump dan Cuomo dalam penanganan Covid-19. Politik menjadi salah satu aspek menjadikan pesan krisis Covid-19 yang disampaikan pemerintah AS. Hasil dari analisis tweet Trump dan Cuomo tentang krisis Covid-19, menunjukkan bagaimana politik menekankan berbagai strategi komunikasi krisis SCCT seperti *denial*, *diminish*, dan *bolstering*. Selain itu, terdapat strategi baru, yaitu kohesi, yang memiliki konteks spesifik politisi dalam mengkomunikasikan epidemi global. Pesan komunikasi krisis yang dilakukan Trump dan Cuomo di ranah publik Twitter, sangat berdampak besar pada kepatuhan audiens terhadap pedoman keselamatan (Tian & Yang, 2022).

Dari penelitian terdahulu media sebagai perantara sebuah organisasi dalam membentuk opini publik sehingga pada penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin melihat strategi respon komunikasi krisis pemerintah pada media *online*. Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah yang bertanggung jawab pada krisis polusi udara yakni Pemprov DKI yang bertugas atasi polusi karena bertanggung jawab kepada wilayah DKI seperti gubernur dan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) DKI, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) yang bekerjasama dengan pemerintah pada bidang lingkungan hidup dan kehutanan, Kementerian Kesehatan yang bertugas dalam menyelenggarakan kegiatan di bidang kesehatan, Kementerian Perhubungan yang bertugas pada bidang pelayanan, keselamatan, dan keamanan pada transportasi dalam perumusan dan penetapan sebuah kebijakan serta Luhut yang merupakan Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman yang ditugaskan Presiden Jokowi sebagai ketua satuan tugas penanganan polusi udara.

Gubernur DKI, Heru Budi mengakui pada Selasa (29/8/2023) terdapat kenaikan infeksi saluran pernapasan akut (ISPA) yang disebabkan udara buruk. Beberapa waktu terakhir mencapai 24 hingga 31 persen pasien ISPA khususnya balita (Sutrisna, 2023a). Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan di laman Kemenparekraf adanya kerugian ekonomi secara luas sebesar Rp 21,5 triliun akibat polusi udara (Chaniago, 2023). Oleh karena itu alasan tersebut menjadikan penelitian ini penting dilakukan. Sesuai dengan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta pada media *online* Kompas.com dan Kumparan.com melalui kacamata SCCT untuk memulihkan citra organisasi saat terjadinya krisis. Dilihat dari latar belakang tersebut, penelitian memiliki rumusan masalah “bagaimana respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta pada media *online*?”

1.2. *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT)

Public relations mengacu pada citra organisasi dalam memperbaiki citra. Maka penelitian ini menggunakan *situational crisis communication theory* (SCCT). Pada penelitian ini, SCCT hanya memfokuskan pada bagaimana bentuk pesan komunikasi kepada publik. SCCT mengungkapkan adanya pengaruh respon baik kepada *stakeholder* saat organisasi menghadapi krisis. Hal tersebut dikarenakan mekanisme SCCT adalah mengantisipasi reaksi *stakeholder* organisasi yang akan mengancam citra organisasi (Wilandari, 2016). Konstruksi teoritis SCCT, merupakan tanggung jawab yang dilakukan organisasi demi krisis sebagaimana dampak dari sebuah persepsi dan evaluasi yang dilakukan *stakeholder* dianggap sebagai faktor utama dari potensi merusak reputasi sebuah organisasi, karena faktanya semakin bertanggung jawab untuk situasi tertentu semakin banyak korban (David & Chiciudean, 2013).

SCCT diciptakan oleh Coombs untuk memperbaiki reputasi buruk, mengurangi hal-hal negatif dari krisis serta mencegah niat individu, kelompok maupun *stakeholder* berperilaku negatif terhadap organisasi (Coombs, 2007). Menurut Coombs terdapat 3 tahap dalam SCCT untuk menanggulangi krisis, yakni pre crisis, crisis, dan post crisis.

Tabel 1. Strategi Respon Krisis SCCT

Strategi <i>Situational Crisis Communication Theory</i>	Sub kategori	Definisi

<i>Deny</i> (Krisis Penolakan)	<i>Attack the Accuser</i>	Menyerang individu atau kelompok yang mengatakan terdapat krisis dalam organisasi.
	<i>Denial</i>	Menyangkal respon bahwasanya organisasi tidak adanya krisis.
	<i>Scapegoat</i>	Menuding individu atau kelompok luar atas terjadinya krisis.
<i>Diminish</i> (Krisis Pengurangan)	<i>Excuse</i>	Berusaha untuk mengurangi dampak krisis dengan mengklaim ketidakmampuan untuk mengendalikan pemicu krisis.
	<i>Justification</i>	Meminimalkan dampak merugikan akibat krisis.
<i>Rebuild</i> (Krisis Untuk Membangun Kembali)	<i>Compensation</i>	Memberikan ganti rugi kepada <i>stakeholder</i> .
	<i>Apology</i>	Organisasi menyatakan permohonan maaf dan bertanggung jawab penuh dampak terjadinya krisis.
<i>Bolstering</i> (Krisis Pendukung)	<i>Reminder</i>	Organisasi mengingatkan kepada <i>stakeholder</i> tentang sesuatu yang pernah diraih organisasi.
	<i>Ingratiation</i>	Mengambil hati <i>stakeholder</i> dengan apresiasi akan prestasi baik <i>stakeholder</i> di masa lalu.
	<i>Victimage</i>	Memberikan pernyataan kepada <i>stakeholder</i> yang mana organisasi juga merupakan korban krisis.

Sumber: (Coombs, 2006)

Penelitian terdahulu terkait SCCT tentang komunikasi krisis yang dilakukan Kementerian Pertanian yang menunjukkan pada krisis yang dilakukan PT IBU terkait penggerebekan di gudang beras. Saat penggerebekan gudang beras milik PT IBU menunjukkan

bahwa dengan memberikan klarifikasi berupa rilis dan konferensi pers terkait informasi negatif yang beredar di mata publik agar citra pemerintah tidak semakin negatif. Mengurangi dan membatasi dampak negatif dapat menjadi organisasi sebagai solusi dengan dilakukannya komunikasi krisis (Putri et al., 2019).

1.2.1 Komunikasi krisis

Komunikasi krisis bertujuan untuk mengatasi krisis dengan mengumpulkan, memproses, menyebarkan sebuah informasi organisasi dengan pengelolaan komunikasi yang kompleks (Akhyar & Pratiwi, 2019). Apabila terdapat pernyataan blunder dari organisasi saat krisis, organisasi dapat melakukan salah satu dari 3 tahapan komunikasi krisis yakni pada fase pertama ada fase *pre-crisis*, kemudian fase *crisis* dan *post crisis* untuk mempengaruhi publik (Aziz & Wicaksono, 2020). Tatap muka langsung merupakan teknik komunikasi yang dapat digunakan saat terjadinya krisis berlangsung, selain itu dapat menggunakan media massa seperti media *online*, majalah ataupun selebaran (Saleh & Abu Thalib, 2021). Krisis yang merusak sistem dengan skala yang besar dan membutuhkan pemerintahan merupakan krisis organisasi, ada pula yang disebut bencana yakni krisis yang ditanggulangi oleh operasional organisasi tanpa melibatkan unit pemerintahan dan bencana akan berdampak pada kerusakan kinerja hingga reputasi organisasi (Yuanita, 2021). Organisasi akan melakukan kegiatan yang bermanfaat untuk organisasi maupun *stakeholder* dengan mengambil tindakan positif untuk mengimbangi krisis.

Komunikasi krisis sendiri adalah proses berdialog yang dilakukan antara organisasi dan publik guna menangani krisis yang sedang terjadi, dimana *public relations* sebagai penghubungnya (Solihin, 2021). Publik dapat merespon positif atau negatif pada krisis organisasi, publik juga dapat memberikan keuntungan bagi organisasi dengan ikut berupaya memperjelas krisis, oleh karena itu *public relations* dapat mengurangi dampak negatif krisis dengan membela organisasi maupun *stakeholder* organisasi (Canny, 2016).

Banyaknya persepsi negatif yang ada menimbulkan ketidakpastian saat krisis terjadi dan munculnya berita hoax yang beredar membuat suasana menjadi keruh. Sebaliknya, saat terjadinya peristiwa jatuhnya pesawat Lion Air JT 610, *public relations* memberikan efek yang positif kepada organisasi yang mana *stakeholder* merasa lebih tenang meski adanya krisis (Amali, 2019). Sehingga penggunaan komunikasi krisis digunakan untuk mengetahui bagaimana respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta.

1.2.2 Media Online

Gaya komunikasi yang terbuka dan empatik dalam menghadapi krisis merupakan upaya yang efektif untuk mendorong publik melakukan tindakan positif serta dapat menahan dari tindakan yang negatif (Eriend et al., 2021). Menyebarkan informasi ke publik yang bersifat informatif dapat menjadikan kegiatan organisasi berjalan baik serta mendapatkan *feedback* publik yang baik dengan adanya komunikasi eksternal (Rahimi & Imran, 2021). Media juga berperan untuk menyampaikan pesan kepada publik karena media mempunyai sifat, yang mana pesan tersebut dapat disebarluaskan ke publik dengan jumlah masal (Herlikano & Lestari, 2020). Organisasi akan memulihkan atau bahkan merestorasi citra dengan media, karena media mempunyai karakteristik tertentu seperti publisitas maupun periodisitas (Samudra et al., 2021).

Perkembangan media massa mengalami pasang surut, dengan adanya teknologi canggih seperti sekarang. Penggunaan media massa koran ataupun media cetak sekarang tergantikan dalam terciptanya inovasi berkomunikasi yang berkembang ke media *online*. Media *online* merupakan laporan fakta yang akan menentukan bagaimana publik melihat, memahami, menilai peristiwa yang mana fakta tersebut diproduksi dan didistribusikan melalui internet (Nicolas Mandey, 2018). Media dapat mempengaruhi citra positif maupun negatif yang membentuk persepsi terhadap realitas yang telah dibentuk dalam media *online* dan beberapa tahun ini media *online* berkembang pesat seiring berjalanya waktu (Melinda et al., 2021).

Pemberitaan media *online* menjadi perantara antara masyarakat dengan pemerintah saat terjadinya masalah krisis. Opini publik akan berkembang di ruang publik, khususnya dalam kehidupan bermasyarakat. Media menjadi daya tarik masyarakat dalam mencari informasi lebih lanjut saat krisis terjadi tentang tantangan yang dihadapi organisasi untuk mengatasi situasi secara luas (Chasana et al., 2023). Penelitian terdahulu menyatakan bahwa media digunakan sebagai saluran komunikasi dengan publik organisasi yang dapat menyampaikan pesan secara cepat, mudah dan tepat yang dapat merubah sikap ataupun perilaku (Siagian, 2015).

Media akan mempengaruhi publik dengan informasi tentang kebijakan yang telah dilakukan organisasi sehingga publik akan beranggapan, bahwa organisasi telah melakukan perjuangan dengan kebijakan tersebut, yang seolah-olah krisis terjadi merupakan kondisi umum di masyarakat (Purworini et al., 2016). Sehingga media *online* dirasa pas untuk

mengambil informasi terkait krisis yang terjadi di DKI Jakarta dan kasus polusi udara ramai dibahas pada media *online*. Pada penelitian ditemukan sejumlah 47 berita di media *online* Kompas.com dan Kumparan.com.

2. METODE

Metode kuantitatif deskriptif digunakan pada penelitian ini. Kuantitatif deskriptif sendiri merupakan penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan sebuah kondisi, situasi, fenomena berbagai variabel yang didapat oleh peneliti dengan memotret, wawancara, observasi atau bahan dokumen (Abdullah, 2015). Media *online* merupakan data yang diperlukan serta digunakan pada penelitian yang sesuai dengan metode analisis isi yang digunakan penelitian. Penggunaan analisis isi sesuai dengan tujuan dari penelitian dan metode *purposive sampling* digunakan pada pengumpulan data penelitian, dikarenakan media yang digunakan dan pilih untuk penelitian dengan tujuan mendapatkan informasi dengan menggeneralisasi dan mengevaluasi kriteria populasi (Lenaini, 2021). Metode analisis isi digunakan untuk menganalisis yang berbentuk komunikasi dengan mempelajari isi media seperti radio, film, televisi serta media *online* (Rossy & Wahid, 2015).

Banyaknya media *online* yang ada di Indonesia sehingga penelitian ini menggunakan media *online* yakni Kompas.com dan Kumparan.com sebanyak 47 berita yang diambil pada bulan Juni 2023 hingga September 2023. Ramainya kasus buruknya udara DKI Jakarta pada bulan Juni di media *online* sehingga hal tersebut menjadi alasan peneliti dalam pemilihan waktu pengambilan data. Kompas.com dan Kumparan.com dipilih peneliti sebagai sumber data, karena media *online* tersebut banyak menampilkan pemberitaan kasus polusi udara DKI. Dibandingkan dengan Kompas.id, media *online* Kompas.com lebih *real time* dalam penyajian pemberitaan, sehingga hal tersebut menjadikan alasan penelitian menggunakan Kompas.com. Selain itu alasan menggunakan media *online* Kumparan.com adalah platform media digital yang lebih fokus ke berita, berbeda dengan Kompas PLUS yang menyajikan konten multimedia dan tidak menitikbertkan pada *hard news*.

Validitas isi dan uji reliabilitas digunakan pada penelitian ini dengan rumus formula holsti. Hasil penelitian kuantitatif pada validitas isi membantu untuk memberitahu sejauh mana alat ukur yang digunakan peneliti telah melalui proses validasi penelitian.

Tabel 2. Unit Analisis

No.	Strategi <i>Situational Crisis Communication</i>	Keterangan
1.	<i>Attack the Accuser</i>	Jika pemerintah menyerang individu atau kelompok yang mengatakan adanya krisis polusi.
2.	<i>Denial</i>	Jika pemerintah menyangkal adanya krisis polusi.
3.	<i>Scapegoat</i>	Jika pemerintah menuding individu atau kelompok lain sebagai penyebab terjadinya krisis.
4.	<i>Excuse</i>	Jika pemerintah mengurangi dampak dari krisis dengan mengklaim ketidakmampuan dalam menangani krisis.
5.	<i>Justification</i>	Jika pemerintah meminimalkan dampak akibat krisis.
6.	<i>Apology</i>	Jika pemerintah bertanggung jawab dan menyatakan permintaan maaf.
7.	<i>Compensation</i>	Jika pemerintah memberikan kompensasi kepada <i>stakeholder</i> terkait krisis.
8.	<i>Reminder</i>	Jika pemerintah mengingatkan kembali prestasi di masa lalu dalam bertanggung jawab mengatasi krisis.
9.	<i>Ingratiation</i>	Jika pemerintah memuji <i>stakeholder</i> akan prestasi yang pernah diraih saat mengatasi krisis.
10.	<i>Victimage</i>	Jika pemerintah menyatakan bahwa korban krisis.

Sumber: Analisis Data

Peneliti dalam pengukuran reliabilitas antar coder menggunakan rumus holsti. Peneliti merupakan coder pertama, sedangkan coder kedua adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi FKI UMS Angkatan 2020. Rumus formula holsti sebagai berikut :

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

Keterangan :

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah sampel yang sama (disetujui oleh semua coder)

N1 = Jumlah sampel yang dibuat oleh coder 1

N2 = Jumlah sampel yang dibuat oleh coder 2

Penelitian ini, pengujian reliabilitas tidak menyertakan semua sampel. Total keseluruhan dari sampel penelitian sejumlah 47 artikel berita dengan menggunakan pengukuran jumlah sampel yang telah ditentukan menggunakan uji reliabilitas 10%. Maka, jumlah sampel yang digunakan untuk uji reliabilitas penelitian menunjukkan 4,7 yang dibulatkan menjadi 5. Sehingga sampel yang digunakan sejumlah 5 artikel berita media *online*. Penelitian ini juga menggunakan uji t independen untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan atau tidak antara media *online* Kompas.com dan Kumparan.com dalam pemberitaan respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta pada media *online* berdasarkan :

Rumusan hipotesis pada penelitian ini

Ho : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara media *online* Kompas.com dan Kumparan.com dalam pemberitaan Respon Pemerintah Terkait Polusi DKI Jakarta pada media *online*.

H1 : Terdapat perbedaan yang signifikan antara media *online* Kompas.com dan Kumparan.com dalam pemberitaan Respon Pemerintah Terkait Polusi DKI Jakarta pada media *online*.

Perbandingan berdasarkan probabilitas

Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka Ho diterima

Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka Ho ditolak

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Penyajian Data

Tahap pada penelitian ini data disajikan sesuai dengan pemberitaan media *online* Kompas.com dan Kumparan.com pada bulan Juni 2023 hingga September 2023 yang berdasarkan data hasil analisis isi yang sudah diteliti terkait respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta dengan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) ke dalam tabel distribusi frekuensi. Tabel distribusi frekuensi digunakan peneliti untuk mempermudah dalam memahami data hasil penelitian dengan kategori respon krisis SCCT. Berikut ini merupakan kategorisasi strategi respon SCCT :

Tabel 3. Kategori SCCT

Kategori Respon Krisi
<i>Attack the Accuser</i>
<i>Denial</i>
<i>Scapegoat</i>
<i>Excuse</i>
<i>Justification</i>
<i>Apology</i>
<i>Compensation</i>
<i>Reminder</i>
<i>Ingratiation</i>
<i>Victimage</i>

Sumber: (Coombs, 2006)

3.2. Uji Validitas

Uji validitas penelitian menggunakan validitas isi dengan semua konsep disertakan pada penelitian. Validitas isi secara umum adalah alat ukur yang dapat melihat sejauh mana elemen instrumen tersebut relevan secara substantif dan sejauh mana konsep sebelumnya ditampilkan pada penelitian dalam kajian literatur (Ihsan, 2016). Mengukur validitas isi menggunakan buku atau jurnal sebagai pembanding penelitian. Peneliti melakukan penelitian ini menggunakan pengukuran dengan *Theory* (SSCT). Kategorisasi pada SCCT terdapat 10 respon krisis yaitu *attack the accuser*, *denial*, *scapegoat*, *excuse*, *justification*, *compensation*, *apology*, *reminder*, *ingratiation*, *victimage*.

3.3 Uji Reliabilitas

Data peneliti dinyatakan valid, maka uji reliabilitas dapat dilakukan. Tujuan dilakukan uji reliabilitas memastikan bahwa temuan yang dilakukan oleh orang yang berbeda akan menghasilkan hasil yang sama pada temuan yang didapat. Pada pengukuran reliabilitas penelitian menggunakan reliabilitas antar coder yaitu menggunakan 2 coder. Peneliti merupakan coder pertama, sedangkan coder kedua adalah Aditya Ratna Aji yang merupakan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020, yang juga melakukan penelitian yang sama dengan menggunakan *Situational Crisis Communication Theory*. Dalam pengujian reliabilitas pada data tidak menggunakan semua sampel penelitian untuk diuji. Terdapat 10% dari populasi unit studi yang dibutuhkan yang

sejumlah 47 sampel dalam penelitian. Maka dari itu pada penelitian ini menggunakan 4,7 artikel berita yang dibulatkan menjadi 5 berita yang digunakan untuk uji reliabilitas dalam penelitian. Jumlah sampel unit yang telah ditentukan melalui Kompas.com dan Kumparan.com berdasarkan *Situational Crisis Communication Theory* dengan deskripsi tabel berikut :

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Tanggal	Judul Berita	Coder I	Coder II	Setuju (S) atau Tidak Setuju (TS)
22/06/2023	Polusi di Jakarta Makin Parah, Ini langkah yang Dilakukan Pemprov DKI	<i>Justification</i>	<i>Justification</i>	S
11/08/2023	Ini Penyebab Kualitas Udara di Jakarta Memburuk Menurut KLHK	<i>Scapegoat</i>	<i>Reminder</i>	TS
22/08/2023	Dinas LH DKI Terapkan Tilang Emisi Kendaraan September, Uji Coba 25 Agustus	<i>Justification</i>	<i>Justification</i>	S
28/08/2023	Heru Budi Bentuk Satgas Penanganan Polusi di DKI	<i>Justification</i>	<i>Justification</i>	S
31/08/2023	Jawab Anggapan Tak Mau Minta Maaf karena Polusi Memburuk KLHK : Ini PR Kita Semua	<i>Victimage</i>	<i>Victimage</i>	S
Total		S = 4 TS = 1		

Sumber : Analisis Data

Uji Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus formula holsti :

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

$$CR = \frac{2.4}{5 + 5}$$

$$CR = 0,8 (80\%)$$

Berdasarkan formula holsti pada pengukuran reliabilitas penelitian ini memiliki hasil 0,8 atau 80 %. Batas minimum pada hasil dari uji reliabilitas dalam formula holsti harus lebih

dari 0,7 atau 70%, hal tersebut agar data dapat dinyatakan reliabel. Sehingga pada penelitian ini sudah dinyatakan reliabel karena telah melewati batas minimum dalam formula holsti.

3.4 Analisis Data

Temuan data yang diperoleh dalam penelitian ini mendapatkan hasil dari uji validitas serta reliabilitas yang sebelumnya telah dianalisis oleh peneliti. Kemudian temuan data tersebut menjadi tabel frekuensi, kemudian disajikan guna mempermudah dalam analisis data penelitian. Dari 42 sampel yang digunakan peneliti, sebanyak 25 sampel (59,5%) dari media *online* Kompas.com dan sebanyak 17 sampel (40,5%) dari media *online* Kumparan.com. Hasil temuan peneliti yang telah dikategorisasikan berdasarkan 10 kategori krisis SCCT sebagai berikut :

Tabel 5. Tabel Distribusi Frekuensi Media online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kompas	25	59.5	59.5	59.5
	Kumparan	17	40.5	40.5	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Sumber: Analisis Data

Tabel 6. Tabel Distribusi Frekuensi Respon Pemerintah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<i>Attack the accuser</i>	1	2.4	2.4	2.4
	<i>Excuse</i>	1	2.4	2.4	4.8
	<i>Justification</i>	37	88.1	88.1	92.9
	<i>Reminder</i>	1	2.4	2.4	95.2
	<i>Scapegoat</i>	2	4.8	4.8	100.0
	Total	42	100.0	100.0	

Sumber: Analisis Data

Berdasarkan kedua berita dari media *online* Kompas.com dan Kumparan.com menghasilkan strategi respon *justification* sebanyak 37 berita dengan persentase 88,1%. Sedangkan strategi respon *scapegoat* sebanyak 2 berita dengan persentase 4,8%. Kemudian berita yang mengandung strategi respon *attack the accuser*, *excuse* dan *reminder* sejumlah masing masing 1 berita dengan persentase 2,4% sehingga menghasilkan persentase 100%

dengan 42 berita dari media *online* Kompas.com dan Kumparan.com. Berikut adalah tabel temuan strategi respon yang ditemukan di media *online* Kompas.com dan Kumparan.com.

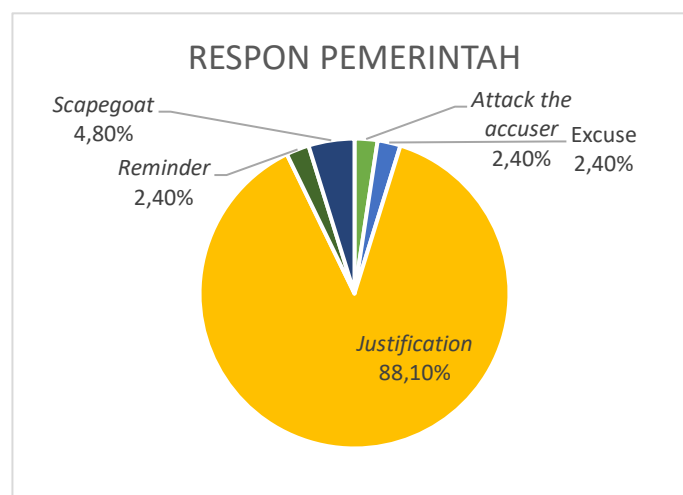
Tabel 7. Temuan Respon Media *Online* Kompas.com dan Kumparan.com

<i>Attack the accuser</i>	Kompas.com	Pada pemberitaan tersebut dapat dilihat pemerintah menyerang kelompok yang menyampaikan adanya krisis yakni kepada Fraksi PSI DKI yang menyampaikan bahwasanya penetapan status bencana pada polusi udara. Kepala DLH DKI Jakarta, Asep Kuswanto menanggapi dengan mengungkapkan, apabila menjadikan status bencana akan berdampak panjang sehingga akan mengganggu ekonomi (Bustomi, 2023).
<i>Excuse</i>	Kompas.com	Pemerintah mengurangi dampak dari krisis dengan menyatakan ketidakmampuan dalam mengendalikan polusi dapat dilihat dengan pernyataan Presiden Joko Widodo. Presiden menyatakan bahwasanya pemerintah telah berusaha dalam mengatasi polusi dengan modifikasi cuaca, peraturan emisi bagi industri, pembangkit listrik hingga kendaraan pribadi. Selain itu Presiden Joko Widodo juga mengatakan bahwa untuk menyelesaikan permasalahan polusi udara butuh waktu dan perlunya kerja total dan kerja sama. Dapat disimpulkan pemerintah telah berupaya mengurangi dampak krisis namun tidak dapat mengendalikan pemicu krisis (A. Ramadhan, 2023).
<i>Justification</i>	Kompas.com	Pemerintah berusaha mengurangi dampak krisis dengan meluncurkan tiga alat pemantau kualitas udara oleh DLH DKI Jakarta. Menurut Asep, Kepala DLH DKI Jakarta alat tersebut dapat meningkatkan kualitas udara yang buruk, mengatasi perubahan iklim, melindungi kesehatan masyarakat dan alat tersebut akan disebarluaskan secara bertahap di daerah yang belum memiliki cakupan pemantauan kualitas udara yang baik (Huda, 2023a).
<i>Scapegoat</i>	Kompas.com	Pemerintah menuding pengguna kendaraan bermotor yang bersalah akan polusi udara. Pemerintah yang dimaksud adalah KLHK, Menteri KLHK mengatakan bahwa penyebab utama dari polusi udara adalah kendaraan bermotor pada wilayah Jabodetabek. Hal tersebut didukung dengan adanya catatan sebanyak 24,5 juta kendaraan bermotor pada 2022. Pernyataan tersebut dapat dikatakan sebagai scapegoat karena pemerintah

		mengatakan penyebab utama polusi udara adalah kendaraan dan dapat disimpulkan seharusnya pemerintah atau KLHK dapat mengantisipasi krisis sesuai dengan tugas lingkungan hidup dan kehutanan agar tidak terjadi kualitas udara yang memburuk (Nugraheny, 2023).
Reminder	Kumparan.com	Pemerintah mengingatkan kepada stakeholder akan usaha pemerintah dalam menangani polusi udara. Hal tersebut dapat dilihat ketika Gubernur DKI Jakarta, menyatakan bahwa udara Jakarta lebih baik karena upaya Pemprov DKI Jakarta dalam penyemprotan air dari atas gedung atau <i>water mist</i> , uji emisi dan <i>work from home</i> . Gubernur DKI Jakarta menilai dengan adanya pemasangan <i>water mist</i> salah satu faktor yang menekan kualitas udara buruk. Selain itu Heru juga berharap penggunaan <i>water mist</i> di Jakarta lebih masif (Imam, 2023).

Sumber: Analisis Data

Dalam pemberitaan ini terdapat 5 strategi respon yang ditemukan adalah *justification*, *scapegoat*, *attack the accuser*, *excuse*, dan *reminder*. Dari berita tersebut kategorisasi respon *justification* mendominasi pemberitaan mengenai respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta pada artikel berita di media *online* Kompas.com dan Kumparan.com pada periode waktu Juni hingga September 2023. Berikut peneliti menyajikan diagram agar mempermudah dalam melihat atau membaca data temuan dari peneliti terkait respon pemerintah dalam menangani polusi DKI Jakarta di media *online* Kompas.com dan Kumparan.com berdasarkan kategori SCCT.



Gambar 1. Diagram Respon SCCT Pemerintah dalam Media Online Kompas.com dan Kumparan.com

3.5 Uji T *Independent*

Dalam penelitian, pengujian hipotesisi dengan uji t (*independent t-test*). Uji t adalah pengujian yang dilakukan secara *statistic* yang bertujuan untuk menguji hipotesis terkait perbedaan dua populasi atau lebih apakah variabel *independent* memiliki pengaruh terhadap variabel *dependent* (Gani & Amalia, 2019). Umumnya pengujian uji t *independent* digunakan untuk mengetahui perbedaan perlakuan terhadap objek penelitian dari metode. Berikut tabel statistik uji t pada media *online* Kompas.com dan Kumparan.com :

Tabel 8. Hasil Uji T

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Respon	Equal variances assumed	.002	.968	- .749	40	.458	-.17647	.23562	-.65267	.29973
	Equal variances not assumed			- .819	39.650	.418	-.17647	.21549	-.61211	.25917

Sumber: Analisis Data

Untuk membaca hasil output uji *independent* di atas, peneliti mengikuti aturan dasar pengambilan keputusan yaitu jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima. Sebaliknya jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak. Berdasarkan hasil dari uji t *independent* di atas menghasilkan nilai probabilitas atau nilai *Sig.* yaitu 0,458. Kesimpulannya, karena nilai signifikansi $0,458 > 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara Kompas.com dan Kumparan.com dalam memberitakan strategi respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta.

3.6 Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui respon pemerintah dalam menangani polusi DKI Jakarta menggunakan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Pemerintah yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan Presiden Joko Widodo, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Luhut Pandjaitan yang diberikan kepercayaan oleh Presiden RI untuk memimpin operasi penanganan polusi di Jakarta dan sekitarnya. Selain itu Pemprov DKI yang memiliki tanggung jawab di Wilayah DKI seperti Gubernur dan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) DKI Jakarta. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) juga ikut serta dalam mengatasi polusi DKI Jakarta karena bertanggung jawab atas pengembangan lingkungan hidup dan kehutanan di Indonesia.

Teori SCCT merupakan teori yang dapat membangun atau melindungi reputasi dari strategi respon krisis yang digunakan, karena semakin banyak *stakeholder* organisasi yang berkaitan dengan krisis, maka semakin besar pula ancaman yang dapat merusak reputasi organisasi (Timothy Coombs et al., 2010). Hasil yang ditemukan peneliti, dari 10 kategori ditemukan 5 kategori respon krisis SCCT mengenai respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta pada media *online* Kompas.com dan Kumparan.com. Kategori tersebut adalah *justification*, *scapegoat*, *attack the accuser*, *excuse*, dan *reminder*.

Kategori *justification* merupakan bentuk tanggung jawab pemerintah yang ditemukan pada media dalam menangani krisis. Dalam penelitian ini, kategori respon *Justification* paling sering digunakan dalam peliputan berita krisis pemerintah DKI Jakarta. Kategori *justification* digunakan oleh organisasi untuk meminimalkan dampak buruk yang dirasakan akibat krisis (Coombs, 2007). Dari hasil penelitian, tergambar bahwa kategori *justification* memiliki presentase tertinggi yakni 88,10% dibandingkan dengan kategorisasi SCCT lainnya dengan memuat 37 berita. Berdasarkan data temuan penelitian media *online* Kompas.com, pemerintah melakukan upaya salah satunya dengan menyampaikan kepada media bahwa pemerintah akan mendorong perusahaan dengan menerapkan pembagian jam kerja dengan harapan dapat mengurangi polusi dan penggunaan *scrubber* bagi industri, pembangkit tenaga uap (PLTU) dan batubara diwajibkan oleh pemerintah (Karunia, 2023). Melalui pernyataan tersebut terlihat bahwa pemerintah bertanggung jawab atas krisis terjadi agar polusi udara tidak semakin parah. Hal tersebut digunakan pemerintah untuk meminimalkan tanggung jawab dan mencegah menurunnya reputasi.

Kategori *justification* digunakan organisasi dalam bertanggung jawab agar dampak krisis tidak bertambah parah. Tujuannya agar reputasi organisasi dapat terselamatkan dengan menjelaskan upaya upaya pertanggungjawaban tersebut. Organisasi cenderung menggunakan strategi *justification* ketika mengakui adanya krisis pada organisasi, dan organisasi mengharapkan dengan adanya respon krisis akan mengakibatkan stakeholder juga memberikan tanggung jawab minimal akibat krisis (Van Rensburg et al., 2017).

Terlihat pemerintah fokus melakukan tanggung jawab dalam menanggulangi dan mencegah terjadinya krisis polusi udara agar tidak terulang kembali. Pada penelitian sebelumnya saat kasus Covid-19, pemerintah menggunakan menggunakan strategi *denial*, yang mana presiden menolak disalahkan apabila Indonesia terjangkit covid-19 dengan mengatakan bahwa alat dapat menjadi faktor yang menyebabkan covid-19 tidak terdeteksi. Hal tersebut menjadikan missinformasi maupun dissinformasi (Surahmat et al., 2021). Terdapat pembaharuan startegi yang digunakan pemerintah dalam menangani krisis polusi DKI Jakarta dengan mendominasi penggunaan *justification* untuk perbaikan reputasi pemerintah.

Strategi lain yang temukan pada penelitian adalah *scapegoat*, *attack the accuser*, *excuse*, dan *reminder* yang merupakan strategi respon pemerintah minim digunakan. Strategi *scapegoat*, yang memuat 2 berita dengan persentase 4,80%. Strategi tersebut bertujuan untuk membangun atau memperkuat kerangka publik untuk memahami krisis. Jika strategi *scapegoat* berhasil digunakan, dapat mengurangi beban tanggung jawab, menghilangkan hingga mengalihkan tanggung jawab. Bentuk ini melibatkan organisasi yang menolak tanggung jawab atas krisis, dengan menyatakan bahwa krisis tersebut tidak melibatkan atau terkait dengan perusahaan (Coombs et al., 2016). Sama halnya dengan strategi *scapegoat*, strategi *attack the accuser* juga termasuk dalam strategi krisis penolakan yang minim digunakan pemerintah dalam merespon krisis. *Attack the accuser* merupakan strategi yang digunakan oleh manajer krisis untuk menghadapi orang atau kelompok yang mengklaim sesuatu yang salah terkait dengan organisasi (Coombs et al., 2016). Banyaknya berita berita buruk yang tidak sesuai dengan fakta tentang organisasi dapat menggunakan strategi *attack the accuser* untuk meningkatkan kepercayaan publik.

Berdasarkan salah satu temuan yang ada di media *online* Kompas.com, Siti Nurbaya Bakar, Menteri LHK, menyebutkan bahwa kendaraan bermotor penyebab utama polusi udara

di wilayah Jabodetabek didukung dengan temuan data yang menyatakan bahwa jumlah kendaraan di Jabodetabek mencapai 24,5 juta per tahun 2022 (Nugraheny, 2023). Strategi yang muncul pada media tersebut dilakukan pemerintah untuk mengalihkan tanggung jawab atas kesalahan yang terjadi kepada orang lain. Adanya krisis polusi udara, bukan disebabkan oleh pemerintah yang tidak bijak dalam mengatur peraturan, namun pemerintah menyatakan kendaraan sebagai penyebab polusi udara maka, kategori tersebut dapat dikatakan strategi scapegoat. Diketahui bahwa kategori *scapegoat* digunakan organisasi untuk mengungkapkan pelanggaran atau kesalahan dengan mengalihkan kesalahan kepada orang lain untuk membebaskan diri mereka sendiri (Roulet & Pichler, 2020).

Attack the accuser digunakan apabila organisasi menyerang kelompok yang mengatakan adanya krisis organisasi (Timothy Coombs & Carrol, 2013). Pemerintah mendapatkan serangan dari anggota DPRD Jakarta yang dapat menambah citra buruk organisasi. Serangan tersebut dilakukan oleh Wakil Ketua Fraksi PSI DKI dengan menyatakan bahwa seharusnya polusi udara DKI ditetapkan sebagai bencana (Bustomi, 2023). Hal ini menjadikan pemerintah melakukan strategi *attack the accuser* dengan mengklarifikasi dengan menyatakan, apabila polusi udara DKI berstatus bencana akan mengganggu aktifitas ekonomi. *Attack the accuser* digunakan untuk mengubah pandangan publik terkait krisis yang terjadi dan membangun kepercayaan yang telah runtuh akibat krisis.

Excuse merupakan strategi yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi dampak krisis dengan menyatakan ketidakmampuan dalam menghadapi krisis (Coombs, 2007). Kategori *excuse* digunakan agar organisasi dan *stakeholder* tetap memiliki hubungan baik, hal tersebut dilakukan dengan menyelesaikan masalah agar tidak dianggap buruk oleh *stakeholder*. Pemerintah menggunakan strategi *excuse* dalam pemberitaan media *online* Kompas.com, Presiden Joko Widodo menyatakan, dalam menyelesaikan masalah polusi udara di wilayah DKI Jakarta perlu adanya kerja bersama sama dan waktu yang cukup lama (A. Ramadhan, 2023). Dapat disimpulkan krisis polusi udara bukan tugas pemerintah saja, namun masyarakat juga andil dalam menanggulangi masalah untuk mengurangi krisis polusi udara.

Strategi *reminder* digunakan untuk memperkuat strategi respon krisis dengan memberitahu *stakeholder* bagaimana mana kinerja baik yang telah dilakukan organisasi (Timothy Coombs & Carrol, 2013). Terdapat informasi yang digunakan pemerintah dalam mempengaruhi pandangan *stakeholder* yang dimuat pada media *online* Kumparan.com.

Gubernur DKI Jakarta, menyatakan bahwa telah melakukan upaya penyemprotan air atau *water mist* dari atas gedung, uji emisi kendaraan, hingga kebijakan *work from home* (WFH) yang menjadi faktor dalam penekanan polusi udara (Imam, 2023). Penggunaan strategi *reminder* dapat meminimalisir berita buruk atau hal – hal negatif *stakeholder*. Krisis yang tengah terjadi menjadikan masyarakat ingin mengetahui bagaimana organisasi menghadapi krisis tersebut, sehingga pada penelitian ini respon yang diberikan pemerintah kepada media pers sangat penting dalam situasi krisis polusi udara DKI Jakarta. Sehingga media berpengaruh menciptakan opini publik dalam menilai krisis dan berfungsi menjadi ruang publik di era digital.

4. PENUTUP

Krisis lingkungan sering terjadi di Indonesia, sehingga harus diperhatikan lagi oleh pemerintah karena menyangkut nasib masyarakat dengan mengkaji ulang arah kebijakan yang sudah dibentuk. Polusi udara DKI Jakarta merupakan ancaman bagi masyarakat apabila tidak ditangani dengan baik, sehingga pemberitaan sangat penting untuk memahami isu-isu ilmiah, dengan menyajikan wawasan tentang pers dalam berkontribusi pada permasalahan yang terjadi melalui representasi (Zottola et al., 2020).

Penggunaan media *online* dilakukan untuk mengevaluasi kebijakan dalam memperbaiki situasi krisis polusi udara. Berdasarkan hasil pemberitaan pada tabel 6 terkait polusi DKI Jakarta pada media *online* Kompas.com dan Kumparan.com mendominasi kategori *justification* dengan total 88,1%. Pada penelitian ini pemberitaan di media *online* dalam mengendalikan krisis polusi udara memiliki tujuan membangun kembali kepercayaan publik kepada pemerintah. Penelitian ini dapat digunakan untuk *public relations* organisasi saat terjadinya krisis dengan menggunakan strategi yang tepat untuk meredam isu yang sedang berkembang. Hal ini akan mempermudah *public relations* melakukan strategi dan taktik dalam membangun kepercayaan publik sehingga dapat meminimalisir dampak krisis.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, karena meneliti respon pemerintah terkait polusi DKI Jakarta di media *online*. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menganalisis sudut pandang dari media online, untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam penyampaian pemberitaan media online satu dengan yang lain, dikarenakan media *online* memiliki cara dan

keunikan tersendiri dalam menyajikan berita. Karena media sendiri memiliki tujuan untuk mempengaruhi persepsi atau pemahaman sebuah isu dalam membentuk opini publik.

PERSANTUNAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan naskah publikasi ilmiah. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, khususnya Ibu Rona Rizkhy Bunga Chasana, S.I.Kom, M.A selaku dosen pembimbing yang telah membina dan memberikan ilmunya kepada penulis. Terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga atas doa yang diberikan kepada penulis. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada teman-teman saya, serta semua pihak yang terlibat atas segenap doa, motivasi, dukungan dan kontribusi yang telah diberikan kepada penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin ya rabbal 'alamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- 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). Effectiveness of Cyber Government Public Relations in Dissemination of Health Information as a Form of Crisis Communication (Case: Covid-19 Health Information Bogor Regency Community). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 05(06), 837–842. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/922-Article Text-2438-1-10-20220120.pdf>
- Amali, M. T. (2019). Crisis Communication Strategy Public Relations Pt. Lion Mentari Airlines in Responding to the Lion Air Jt610 Airplane Accident Case. *Jurnal Audience*, 2(2), 116–134.
- Aziz, M. S., & Wicaksono, M. A. (2020). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia dalam Penanganan Covid-19. *Masyarakat Indonesia*, 46(2), 194–207. <https://doi.org/10.14203/jmi.v46i2.898>
- Bahtera, E. G., Vidyarini, T. N., & ... (2019). Citra Shopee Pasca Kasus Petisi Pemboikotan Iklan Versi Blackpink “12.12 Birthday Sale” di Media Online. *Jurnal E-Komunikasi*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10136>
- Bustomi, M. I. (2023). *Diminta Tetapkan Status Bencana Polusi Udara, DLH DKI: Banyak yang Dipertimbangkan*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/09/15/15520301/diminta-tetapkan-status->

- Canny, I. (2016). An Application of Situational Crisis Communication Theory on Germanwings Flight 9525 Crisis Communication. *SSRN Electronic Journal*, 1–18. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2728712>
- Chaniago, S. W. P. (2023). *Kerugian akibat Polusi Udara Jakarta Capai Rp 21,5 Triliun, Tak Hanya di Sektor Pariwisata*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2023/08/22/120100027/kerugian-akibat-polusi-udara-jakarta-capai-rp-215-triliun-tak-hanya-di-sektor#:~:text=KOMPAS.com-Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga,luas mencapai kerugian di angka Rp 21%2C5 triliun.>
- Chasana, R. R. B., Putri, D. A. P., & Vernanda, Y. (2023). A Content Analysis of Polemics in a Regulation Regarding Sexual Violence on Campus. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 16(2), 144–155. <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i1.2217>
- Coombs, W. T. (2006). *The Protective Powers of Crisis Response Strategies: Managing Reputational Assets During a Crisis*. 12. https://doi.org/10.1300/J057v12n03_13
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Coombs, W. T., Holladay, S. J., & Claeys, A. S. (2016). Debunking the myth of denial's effectiveness in crisis communication: context matters. *Journal of Communication Management*, 20(4), 381–395. <https://doi.org/10.1108/JCOM-06-2016-0042>
- David, G., & Chiciudean, I. (2013). Considerations on Using the Situational Crisis Communication Theory in the Crisis Communication Planning Activities of Romanian Armed Forces' Information and Public Relations Structures. *Journal of Defense Resources Management*, 4(1), 159–166. <http://ezproxy.umgc.edu/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.7ff35f36897c453b9c77371101bc22a1&site=eds-live&scope=site>
- Desmalinda, H. R. P., & Damayanti, Deska, A. N. (2023). Elaborasi Komunikasi Krisis Polri: Analisis Penanganan Kasus Penembakan Brigadir J Menggunakan Situational Crisis Communication Theory. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 25(1), 85–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.17933/iptekkom.25.1.2023.85-102>
- Dianty, J. I., Kereh, O. A., & Lambonan, M. (2022). Tanggung Jawab Pemerintah Dalam Menyediakan Dana Penanggulangan Bencana Alam Menurut Undang-Undang No. 24 Tahun 2007. *Lex Administratum*, 10(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/administratum/article/view/42560>
- Eriend, D., Defhany, & Ria Edlina. (2021). Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika (DISKOMINFO) Kabupaten Sijunjung Dalam Penanganan Pandemi Covid-19. *Jurnal Niara*, 14(2), 80–90. <https://doi.org/10.31849/niara.v14i2.5974>
- Gani, I., & Amalia, S. (2019). *ALAT ANALISIS DATA Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial*. Penerbit Andi.

- Handayani, R. H. (2016). Gaya Komunikasi dan Kepemimpinan dalam Menangani Krisis Organisasi: Studi pada Kepemimpinan Badan Pemeriksa Keuangan Periode 2004-2009 dan 2009-2014. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v5i1.8314>
- Herlikano, R. O. S., & Lestari, M. T. (2020). Strategi Komunikasi Krisis Hubungan Masyarakat PT Angkasa Pura I (Persero) Yogyakarta dalam Mengatasi Krisis Pemberitaan pada Media Selama Proses Pembangunan Bandara Internasional di Kulon Progo. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7694–7702.
- Huda, L. (2023a). *Alat Pemantau Kualitas Udara Jakarta Diluncurkan, Kebijakan Udara Bersih Diharapkan Tepat Sasaran*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/06/04/17130041/alat-pemantau-kualitas-udara-jakarta-diluncurkan-kebijakan-udara-bersih>
- Huda, L. (2023b). *Jungkir Balik Tangani Buruknya Kualitas Udara di Jakarta*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/06/05/05000061/jungkir-balik-tangani-buruknya-kualitas-udara-di-jakarta?page=all>
- Huda, L. (2023c). *Tak Ada Peringatan Dini, Pemprov DKI Dinilai Tak Anggap Polusi Udara sebagai Masalah Darurat*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/08/13/12450091/tak-ada-peringatan-dini-pemprov-dki-dinilai-tak-anggap-polusi-udara>
- Imam, R. (2023). *Heru Klaim Udara Jakarta Membaik, Harap Pemasangan Water Mist Lebih Masif*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparannews/heru-klaim-udara-jakarta-membaik-harap-pemasangan-water-mist-lebih-masif-21A6h6AtAju>
- Indrayani, H. (2017). Etika Advokasi Public Relations dalam Manajemen Krisis Reputasi. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 68. <https://doi.org/10.14710/interaksi.5.1.68-77>
- Juneza, R. R. D., & Purworini, 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>
- Karunia, A. M. (2023). *Jurus-jurus Pemerintah Atasi Polusi Udara Jakarta*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2023/08/18/173646126/jurus-jurus-pemerintah-atasi-polusi-udara-jakarta>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Lesmana, N. (2020). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Syntax Admiration*, 5.
- Melinda, Goenawan, F., & Yogatama, A. (2021). Citra Tokopedia pasca tersandung “data pelanggan bocor” dalam Kompas.Com dan CNBC Indonesia. *E-Komunikasi*, 9(2), 1–11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11523/10130>
- Nadila, L, S & Purworini, D. (2021). Strategi Image Restoration Pada Pt. Alpen Food Industri (Analisis Framing Pada Kasus Pekerja Perempuan Yang Mengalami Keguguran Akibat Tekanan Kerja Pada Pabrik Es Krim Aice Dalam Cnn Indonesia). *Ejournal.Uksw.Edu*, 2(2), 219–223.

- Nicolas Mandey, dkk. (2018). Analisis Framing Pemberitaan Konflik Rohingya Pada Media Online Kompas.Com dan CNN.Com. *Jurnal Online Acta Diurna*, VII No. 3, 1–18. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6413>
- Nugraheny, D. E. (2023). Menteri LHK Sebut Penyebab Utama Polusi Udara Jabodetabek Asap Kendaraan. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2023/08/14/15310781/menteri-lhk-sebut-penyebab-utama-polusi-udara-jabodetabek-asap-kendaraan>
- Purworini, D., Kuswarno, E., Hadisiwi, P., & Rakhmat, A. (2016). The Naturalization Policy in Online News Media. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 32(2), 456. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v32i2.1931>
- Putri, A. W., Sutopo, & Rahmanto, A. N. (2019). Komunikasi Krisis Kementerian Pertanian Pada Kasus Penggerebekan 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>
- Rahimi, I., & Imran, A. I. (2021). Strategi Penanganan Komunikasi Krisis Padepokan Tujuh Sembilan Dengan Mitra Perusahaan. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 7636–7653.
- Ramadhan, A. (2023). Jokowi Sebut Perlu Waktu untuk Atasi Polusi Jakarta. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2023/08/30/10211451/jokowi-sebut-perlu-waktu-untuk-atasi-polusi-jakarta>
- Ramadhan, R. (2023). Jakarta Jadi Kota dengan Kualitas Udara Terburuk di Dunia Hari Ini. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparansains/jakarta-jadi-kota-dengan-kualitas-udara-terburuk-di-dunia-hari-ini-1yHArpn3IUW/full>
- Rossy, A. E., & Wahid, U. (2015). Analisa Isi Kekerasan Seksual Dalam Pemberitaan Media Online Detik.Com. *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 152–164. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/15>
- Roulet, T. J., & Pichler, R. (2020). Blame Game Theory: Scapegoating, Whistleblowing and Discursive Struggles following Accusations of Organizational Misconduct. *Organization Theory*, 1, 1–30. <https://doi.org/10.1177/2631787720975192>
- 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.
- Siagian, H. F. (2015). Pengaruh dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik. *Al-Khitabah*, 11, 17–26.
- Solihin, O. (2021). Implementasi Big Data Pada Sosial Media Sebagai Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah. *Jurnal Common*, 5(1), 56–66.
- 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–

53. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i1.9272>

- Sutrisna, T. (2023a). *Heru Budi: Kasus ISPA di Jakarta Naik 31 Persen akibat Polusi, Banyak Pasien Balita*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/08/29/11200491/heru-budi-kasus-ispa-di-jakarta-naik-31-persen-akibat-polusi-banyak>
- Sutrisna, T. (2023b). *Pemprov DKI Akui Kualitas Udara Jakarta Memburuk Beberapa Waktu Terakhir*. Kompas.Com. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/06/08/17404591/pemprov-dki-akui-kualitas-udara-jakarta-memburuk-beberapa-waktu-terakhir>
- Tian, Y., & Yang, J. (2022). Deny or bolster? A comparative study of crisis communication strategies between Trump and Cuomo in COVID-19. *Public Relations Review*, 48(2), 102182. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102182>
- Timothy Coombs, W., & Carrol, C. E. (2013). *Situational Theory of Crisis: Situational Crisis Communication Theory and Corporate Reputation*.
- Timothy Coombs, W., Frandsen, F., Holladay, S. J., & Johansen, W. (2010). Why a concern for apologia and crisis communication? *Corporate Communications: An International Journal*, 15(4), 337–349. <https://doi.org/10.1108/13563281011085466>
- Ulya, F. N. (2023). *Menkes Ungkap Kasus ISPA di Jakarta Naik Jadi 200.000 akibat Polusi Udara*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2023/08/24/20145501/menkes-ungkap-kasus-ispa-di-jakarta-naik-jadi-200000-akibat-polusi-udara>
- Van Rensburg, A., Conradie, D., & Dondolo, H. (2017). the Use of the Situational Crisis Communication Theory To Study Crisis Response Strategies At a University of Technology. *Communitas*, 22(1), 62–74. <https://doi.org/10.18820/24150525/comm.v22.5>
- Venus, A., Octavianti, M., El Karimah, K., & Suprpto Arifin, H. (2020). Komunikasi krisis Forum Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat menghadapi pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 117–134. <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/29799>
- Wilandari, R. (2016). 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>
- Yuanita, D. (2021). Peran key opinion leader dalam strategi public relations pada komunikasi krisis perusahaan. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 23. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.29693>
- Zottola, A., Atanasova, D., Cardwell, E., Forrester, J., & Stevens, C. (2020). Framing nitrogen pollution in the British press: 1984–2018. *Discourse and Communication*, 14(1), 84–103. <https://doi.org/10.1177/1750481319876772>