

**STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS HUMAS  
KEPOLISIAN DAERAH LAMPUNG**  
*(Studi Pada Kasus Video “Lampung Dajjal” yang Diunggah Akun  
Tiktok @awbimaxreborn)*

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**  
**Nabilla Putri Deandry**  
**07031282025087**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**“STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS HUMAS KEPOLISIAN  
DAERAH LAMPUNG (STUDI PADA KASUS VIDEO “LAMPUNG DAJJAL”  
YANG DIUNGGAH AKUN TIKTOK @awbimaxreborn)”**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

**Oleh :  
Nabilla Putri Deandry  
07031282025087**

**Pembimbing I**

**Tanda Tangan**

**Tanggal**

**Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.  
198807252019031010**

  
.....

**.....September 2024**



**Mengetahui,  
Ketua Jurusan,**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**“STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS HUMAS  
KEPOLISIAN DAERAH LAMPUNG (STUDI PADA KASUS VIDEO  
“LAMPUNG DAJJAL” YANG DIUNGGAH AKUN TIKTOK  
@awbimaxreborn)**

**SKRIPSI**

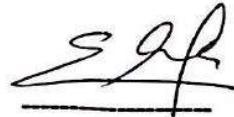
Oleh :

**NABILLA PUTRI DEANDRY  
07031282025087**

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 18 Desember 2024  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**KOMISI PENGUJI**

**Erlisa Sarawaty, S.KPm., M.Sc  
1992091322019032015  
Ketua**



**Karerek, S.Sos., M.I.Kom  
19921030202023211021  
Anggota**



**Krisna Murti, S.I.Kom., M.A  
19880725019031010.  
Anggota**



**Mengetahui,**



**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabilla Putri Deandry  
NIM : 07031282025087  
Tempat dan Tanggal Lahir : Indramayu, 15 Oktober 2002  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Komunikasi Krisis Humas Kepolisian Daerah Lampung (Studi Pada Kasus Video “Lampung Dajjal” yang Diunggah Akun Tiktok @awbimaxreborn)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 9 Maret 2025  
Yang membuat pernyataan,



Nabilla Putri Deandry  
NIM. 07031282025087

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Life is War”**

**“But those who hope in the Lord will renew their strength. They will soar on wings like eagles; they will run and not grow weary, they will walk and not be faint” (Isaiah 40:31)**

**“When the time is right, I, the Lord will make it happen” (Isaiah 60:22)**

**Skripsi ini penulis persembahkan untuk  
Mami Ade Liana & Papi Johan**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen komunikasi krisis yang dilakukan oleh Humas Kepolisian Daerah (Polda) Lampung dalam menangani krisis akibat penyebaran video viral "Lampung Dajjal" yang diunggah oleh akun TikTok @awbimaxreborn. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, penelitian ini menganalisis penerapan teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dalam empat dimensi strategi komunikasi krisis yaitu *Deny, Diminish, Rebuild, dan Bolstering*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polda Lampung menerapkan sebagian besar strategi SCCT namun tidak mengimplementasikan strategi *Attack the Accuser, Apology, dan Ingratiation*. Meski upaya manajemen krisis telah dilakukan melalui berbagai pendekatan seperti klarifikasi, kompensasi berupa pencabutan laporan, dan penguatan citra positif, respons publik masih menunjukkan ketidakpuasan, yang mengindikasikan perlunya pendekatan yang lebih efektif dalam mengelola komunikasi krisis dan membangun kepercayaan publik.

**Kata Kunci:** manajemen komunikasi krisis, humas kepolisian, media sosial, strategi komunikasi

### Pembimbing I



**Krisna Murti, S. I.Kom., M.A**  
NIP: 198807252019031010

**Palembang, 23 Januari 2025**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Universitas Sriwijaya**

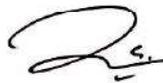


## ABSTRACT

This research aims to analyze the crisis communication management strategy implemented by the Public Relations division of the Regional Police (Polda) of Lampung in handling the crisis caused by the spread of the viral video "Lampung Dajjal" uploaded by TikTok account @awbimaxreborn. Using a qualitative approach and case study method, this research analyzes the application of Situational Crisis Communication Theory (SCCT) across four dimensions of crisis communication strategies: Deny, Diminish, Rebuild, and Bolstering. The findings reveal that Lampung Regional Police Public Relations implemented most SCCT strategies but did not employ the *Attack the Accuser*, *Apology*, and *Ingratiation* strategies. Although crisis management efforts were conducted through various approaches such as clarification, *Compensation* in the form of report withdrawal, and strengthening positive image, public response still showed dissatisfaction, indicating the need for a more effective approach in managing crisis communication and building public trust.

**Keywords:** crisis communication management, police public relations, social media, communication strategy

*Advisor I*



**Krisna Murti, S. I.Kom., M.A**  
**NIP: 198807252019031010**

**Palembang, 23 January 2025**  
**Head of Communication Science Major**  
**Sriwijaya University**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Manajemen Komunikasi Krisis Humas Kepolisian Daerah Lampung (Studi Pada Kasus Video ‘Lampung Dajjal’ yang Diunggah Akun TikTok @awbimaxreborn)" ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, nikmat, serta kekuatan yang diberikan selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang tanpa henti selama masa studi penulis.
3. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Husni Thamrin, S.IP., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, atas segala dukungan dan kebijaksanaannya selama masa perkuliahan.
5. Bapak Kombes Pol Zahwani Pandra Arsyad selaku Kabid Humas Polda Kepri, yang saat itu menjabat sebagai Kabid Humas Polda Lampung yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Polda Lampung.

6. Seluruh anggota dan jajaran Polda Lampung, yang telah membantu dan memberikan informasi yang sangat penting dalam pelaksanaan penelitian ini.
7. Orang-orang terdekat penulis, khususnya Excel, Ce Claresta, Ce Ivana, Eryell, Laura, Ica, Lia, Rania, dan Jasmine, yang selalu memberikan dorongan, semangat, serta bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun telah memberikan dukungan yang luar biasa.
9. Seluruh dosen dan staf di FISIP UNSRI, terima kasih atas segala bantuan, ilmu, serta pengalaman yang diberikan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi materi pembahasan, cara penyajian, maupun pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun, sebagai bahan introspeksi dan pembelajaran untuk meningkatkan diri di masa depan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, dan semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang manajemen komunikasi krisis.

Atas segala perhatian dan dukungan, penulis mengucapkan terima kasih.

Palembang, 16 September 2024

Nabilla Putri Deandry  
NIM: 07031282025087

## DAFTAR ISI

<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>18</b>
1.1    Latar Belakang .....	18
1.2.    Rumusan Masalah .....	31
1.3.    Tujuan Penelitian.....	31
1.4.    Manfaat Penelitian.....	31
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>32</b>
2.1.    Landasan Teori .....	32
2.2.    Strategi.....	32
2.2.1.    Peranan Strategi .....	34

2.3.	Manajemen .....	35
2.3.1.	Manajemen Krisis .....	36
2.4.	Komunikasi .....	37
2.4.1.	Pengertian Komunikasi .....	37
2.4.2.	Unsur – Unsur Komunikasi.....	39
2.4.3.	Komunikasi Krisis.....	42
2.5.	Hubungan Masyarakat (Humas).....	44
2.5.1.	Pengertian Hubungan Masyarakat .....	44
2.5.2.	Peran dan Tujuan Humas .....	46
2.5.3.	Tugas dan Fungsi Humas .....	48
2.5.4.	Proses Kerja Humas .....	51
2.6.	Kerangka Teori .....	53
2.7.	Alur Pemikiran .....	57
2.8.	Penelitian Terdahulu.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>65</b>
3.1.	Desain Penelitian .....	65
3.2.	Definisi Konsep .....	66
3.3.	Fokus Penelitian .....	68
3.4.	Unit Analisis Data .....	72
3.5.	Penentuan Informan .....	72
3.6.	Data dan Sumber Data.....	73

3.7.	Teknik Pengumpulan Data .....	75
3.8.	Teknik Keabsahan Data.....	76
3.9.	Teknik Analisis Data .....	78
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....</b>		<b>80</b>
4.1.	Gambaran Umum Kepolisian Daerah Lampung (Polda Lampung) .....	80
4.1.1.	Profil Polda Lampung .....	80
4.1.2.	Bidang Humas Polda Lampung (Bidhumas Polda Lampung) .....	82
4.1.3.	Visi, Misi, serta Gambaran Umum Lain Terkait Organisasi .....	86
4.1.4.	Struktur Organisasi .....	90
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>91</b>
5.1.	Hasil Penelitian.....	91
5.1.1.	Tahapan <i>Diminish</i> dalam manajemen komunikasi krisis oleh Humas Polda Lampung dalam kasus <i>Video “Lampung Dajjal” yang Diunggah Akun Tiktok @awbimaxreborn.</i> ....	91
5.1.2.	Tahapan <i>Rebuild</i> dalam manajemen komunikasi krisis oleh Humas Polda Lampung dalam kasus <i>Video “Lampung Dajjal” yang Diunggah Akun Tiktok @awbimaxreborn</i> .....	108
5.1.3.	Tahapan <i>Bolstering</i> dalam manajemen komunikasi krisis oleh Humas Polda Lampung dalam kasus <i>Video “Lampung Dajjal” yang Diunggah Akun Tiktok @awbimaxreborn</i> .....	124
5.2.	Pembahasan.....	125
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>164</b>

6.1. Kesimpulan.....	135
6.2. Saran.....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>136</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>140</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 3. 1 Fokus Penelitian .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 kumpulan berita mengenai kasus .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 1. 2 Lembaga yang dipercayai masyarakat.....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 1. 3 Bentuk kebijakan dan prosedur komunikasi krisis di Polda Lampung telah diimplementasikan dalam situasi nyata.....</b>	<b>26</b>
<b>Gambar 1. 4 Video Viral Terkait Rumah Orang Tua Bisa Dijaga Ketat.....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 4. 1 Logo Polda Lampung .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4. 2 Logo Bidhumas Polda Lampung.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 2. 1 Struktur Organisasi Bidhumas Polda Lampung .....</b>	<b>90</b>
<b>Bagan 2. 2 Alur Pemikiran .....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1:</b> Wawancara pra riset dengan BIDHUMAS POLDA LAMPUNG (KOMBES POL Zahwani Pandra Arsyad, S.H., M.Si) .....	169
<b>Lampiran 2:</b> Wawancara dengan Kasubbid Multimedia (AKBP Agustin Anjar A.Md).....	169
<b>Lampiran 3:</b> Wawancara dengan Kasubbag RENMIN (Perencana dan Administrasi) (KOMPOL Agustinus Rinto, S.E., M.H).....	169
<b>Lampiran 4:</b> Wawancara Kasubbid PENMAS (Penerangan Masyarakat) (AKBP Hidayat).....	170
<b>Lampiran 5:</b> Wawancara dengan Kasubbid PID (Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi) (KOMPOL Andri) .....	170
<b>Lampiran 6:</b> Wawancara dengan Anggota Polri lainnya .....	170

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi krisis merupakan salah satu fungsi di dalam *public relations* suatu organisasi baik organisasi yang bersifat privasi maupun organisasi sektor publik. Peran dari divisi hubungan masyarakat (humas) sendiri di dalam suatu organisasi adalah untuk memelihara dan memperkuat reputasi organisasi dalam jangka panjang serta pada waktu ketika organisasi berada dalam kondisi yang membutuhkan interaksi dengan pihak dari luar organisasi (Wilcox & Cameron, 2006).

Dalam manajemen krisis terdapat unsur komunikasi krisis dan *public relations*. Kedua hal ini sangat berkaitan dan penting bagi organisasi. Humas merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan, membangun, dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara suatu organisasi dan berbagai segmen masyarakatnya yang memiliki peran khusus dalam mendukung komunikasi dua arah, penerimaan informasi, dan kerjasama antara organisasi dan publiknya. Humas juga melibatkan manajemen dalam mengatasi masalah dan tantangan, serta membantu manajemen memahami pandangan masyarakat. Definisi lain dikemukakan oleh Moore dalam Gora dalam (Cutlip dkk., 2000) menyatakan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik. Batasan definisi humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang

terencana, baik itu ke dalam maupun keluar antar suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2016).

*Counter* isu adalah strategi atau taktik yang digunakan dalam bidang humas dan komunikasi untuk merespons atau menanggapi isu atau permasalahan yang muncul dan dapat berdampak negatif terhadap citra atau reputasi suatu organisasi, individu, atau entitas lainnya. Tujuannya adalah untuk mengurangi dampak negatif dari isu tersebut dan mengarahkan perhatian publik atau media ke arah yang lebih positif atau lebih menguntungkan bagi entitas tersebut. Salah satu peran penting di dalam humas adalah memberikan respon dan melakukan *counter* isu ketika organisasi mengalami suatu peristiwa yang berdampak pada turunnya citra dari organisasi tersebut. Pada batasan ini humas umumnya menjalankan fungsi tertentu yaitu manajemen komunikasi krisis karena organisasi dianggap sedang mengalami fase krisis. Secara umum, krisis dapat diterjemahkan sebagai sesuatu yang datang secara tiba-tiba dan menghadirkan ancaman bagi organisasi. Sebagai ancaman, krisis harus ditangani secara cepat agar organisasi dapat berjalan normal kembali (Fink, 2002). Krisis belum tentu merupakan peristiwa bencana, tetapi sebuah peristiwa yang tersisa dari proses bisnis dan rutinitas biasa yang dapat menyebabkan kerusakan reputasi, operasional, atau finansial yang signifikan (Doorley & Garcia, 2015).

Terkait dengan mengatasi krisis pada suatu organisasi baik publik maupun privasi umumnya yang dilakukan oleh divisi humas yaitu melalui manajemen komunikasi krisis. Dalam situasi krisis, peran humas sangat diperlukan dan memiliki peranan penting dalam membantu organisasi. Definisi humas dalam

fungsi manajemen secara khusus yaitu mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman serta kerja sama antara organisasi dan publiknya (Cutlip dkk., 2000).

(Soemirat & Adianto, 2017) berpendapat bahwa humas berperan dalam proses merumuskan dan mengimplementasikan strategi mengatasi krisis. Komunikasi yang tertutup di anggap dapat menyebabkan kesalahan persepsi dan memunculkan isu-isu yang meluas dan bersifat negatif bagi organisasi (Kriyantono & McKenna, 2019). Keberhasilan suatu krisis bergantung pada kemampuan humas dalam menangani krisis yang diharapkan dapat menyediakan informasi yang akurat dan efisien ketika menangani krisis (Benoit, 1997).

Belakangan ini terdapat kasus-kasus yang melibatkan oknum-oknum polisi yang dianggap merusak citra Polri, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Polri menurun. Bahkan, belakangan ini muncul tagar *#PercumaLaporPolisi* di berbagai media sosial sebagai bentuk kekecewaan masyarakat terhadap kinerja Polri yang dinilai tidak sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP). Seperti dalam kasus Ferdy Sambo, seorang jenderal bintang dua yang masih aktif dan dicurigai melakukan pembunuhan terhadap ajudannya, telah muncul tanggapan negatif dari netizen. Mereka meragukan berita tentang kasus dugaan pembunuhan tersebut, serta penangkapan tersangka dan pemberhentian tidak hormat (PTDH) terhadap Ferdy Sambo. Hasilnya memunculkan opini di kalangan masyarakat yang merasa bingung mengenai kebenaran informasi dan laporan seputar kasus yang menjerat Ferdy Sambo. Banyak orang beranggapan bahwa keterangan dan informasi yang beredar memiliki skenario yang dapat diubah dengan mudah.

Kasus dalam penelitian ini yang membuat tingkat kepercayaan publik Polri turun yaitu saat polisi dituduh melakukan intimidasi saat mendatangi rumah orang tua tiktoker Bima pada saat kasus video "*Lampung Dajjal*" yang diunggah melalui akun tiktoknya viral. Proses manajemen komunikasi krisis ini disebabkan oleh imbas dari peristiwa dimana seorang warga Provinsi Lampung melakukan kritik terhadap Pemerintah Daerah Provinsi Lampung dengan Kepala Daerah (Gubernur) sebagai target kritikan terkait dengan buruknya infrastruktur dan persoalan lainnya di Provinsi Lampung melalui video berjudul "*Alasan Kenapa Lampung Gak Maju-Maju*" yang diunggah oleh warga tersebut melalui platform media sosial *tik-tok* pada Tanggal 07 April 2023 dan menjadi viral di berbagai pemberitaan hingga kurun waktu yang cukup lama. Kritikan negatif tersebut membuat seorang pegacara berinisial (GAW) melaporkan kepada polisi terkait video tersebut ke Polda Lampung. Pegacara tersebut menduga bahwa video yang diunggah Bima telah melanggar ujaran kebencian mengandung SARA dengan dasar laporan bernomor: *LP/B/161/IV/2023/SPKT/POLDA LAMPUNG* tertanggal 13 April 2023.

Puncaknya terjadi keesokan harinya yaitu tanggal 14 April 2023 dimana sejumlah petugas polisi mendatangi rumah orang tua Bima. Setelah kejadian tersebut, Bima kembali membuat sebuah video baru dan dalam video tersebut, ia menjelaskan secara lebih rinci mengenai interaksi antara orang tua nya dan petugas polisi. Bima mengatakan bahwa petugas polisi tersebut meminta sejumlah informasi pribadinya, mulai dari nomor rekening bank miliknya, hingga detail alamat tempat tinggal Bima di Australia. Tindakan ini membuat Bima merasa khawatir dan tidak nyaman, apalagi mengingat posisi petugas sebagai pihak berwenang. Saat kabar ini tersebar ke publik, banyak orang langsung berasumsi

bahwa tindakan tersebut merupakan bentuk intimidasi dari petugas polisi, tidak hanya kepada Bima, tetapi juga terhadap keluarganya yang berada di Indonesia.

Kecurigaan publik semakin diperkuat oleh pemberitaan yang mulai bermunculan di berbagai media online, di mana sebagian besar media mengangkat isu ini sebagai dugaan intimidasi yang dilakukan oleh oknum kepolisian terhadap keluarga Bima. Gelombang kemarahan dan kekecewaan masyarakat pun semakin besar. Banyak netizen dan anggota masyarakat yang merasa tidak terima dengan perlakuan tersebut, khususnya karena menyangkut integritas institusi penegak hukum dan keselamatan keluarga Bima. Kabar ini juga cepat tersebar di media sosial, membuat isu tersebut viral dan semakin diperbincangkan oleh publik.

Situasi pun memanas ketika massa mulai berkumpul di sekitar rumah orang tua Bima di Lampung. Mereka datang dengan niat untuk memberikan dukungan dan perlindungan kepada keluarga Bima, karena mereka khawatir akan adanya tindakan intimidasi lebih lanjut yang mungkin terjadi dari pihak yang tidak bertanggung jawab. Rumah orang tua Bima dikelilingi oleh massa yang datang dengan solidaritas tinggi, berupaya menjaga keamanan dan keselamatan keluarga Bima dari potensi ancaman fisik atau intimidasi lanjutan. Suasana di lingkungan rumah keluarga Bima menjadi tegang, dengan banyaknya orang yang berkumpul untuk memberikan dukungan, sementara pemberitaan media terus berlanjut dan isu ini menjadi sorotan nasional.



**Gambar 1. 1** kumpulan berita mengenai kasus

(sumber : dokumentasi penulis)

Adapun ada beberapa alasan utama yang menjadi latar belakang penulis dalam pemilihan judul "Strategi Manajemen Komunikasi Krisis Humas Kepolisian Daerah Lampung (*Studi Pada Kasus Video "Lampung Dajjal" Yang Diunggah Akun Tiktok @awbimaxreborn*)", yakni :

#### **1.1.1. Dampak Opini Publik dan Reputasi Terhadap Institusi**

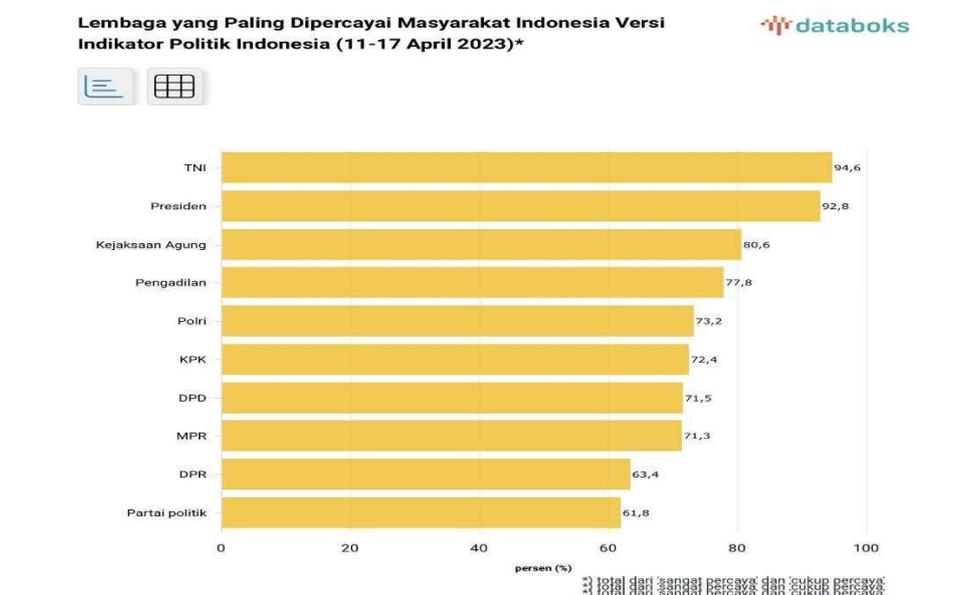
Respon cepat dan efektif dalam mengelola komunikasi selama krisis dapat berdampak signifikan pada persepsi publik dan reputasi institusi. Dengan mengeksplorasi bagaimana Polda Lampung menghadapi krisis dan berkomunikasi dengan publik, penelitian ini dapat mengungkapkan hubungan antara manajemen komunikasi dan citra lembaga tersebut. Respons yang baik dalam menghadapi krisis dapat membantu meminimalkan dampak negatif terhadap citra institusi seperti Polda Lampung. Sebaliknya, respons yang buruk dapat memperburuk persepsi publik dan mengganggu kepercayaan terhadap institusi kepolisian.

Dalam wawancara pra riset yang dilakukan oleh peneliti kepada Kabid Humas Polda Lampung, Kombes Zahwani Pandra Arsyad, yakni :

*"Pernyataan publik yang mengarah kepada Polri secara negatif harus segera di counter. Dengan kita memberikan keterangan kepada publik sehingga dapat dukungan positif."*

Persepsi publik sangat besar pengaruhnya. Saat terjadi krisis perusahaan atau organisasi harus mengomunikasikannya dengan jelas. Jika tidak maka perusahaan akan mengalami kerugian sangat besar karena ini menyangkut dengan citra dan reputasi Perusahaan (Kuipers & Wolbers, 2021). Krisis ini bisa disebabkan karena perusahaan melakukan hal-hal yang bertentangan dengan norma dan hukum bisnis. Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengidentifikasi praktik terbaik dalam memitigasi dampak negatif dan memperkuat citra positif dalam konteks krisis.

**Gambar 1. 2 Lembaga yang dipercayai masyarakat**



**Sumber:** databoks

Opini publik terkait dengan krisis suatu organisasi berhubungan dengan perkembangan teknologi dan informasi yang membuat orang-orang semakin peduli, semakin perhatian terhadap sebuah isu atau risiko yang dihadapi oleh organisasi. Hal ini diungkapkan oleh (Cornelissen, 2011) *“Because of modern communication and information technologies, people are increasingly aware of the issues and risks associated with organizations and their industries. These*

*technologies also afford a way of voicing concerns and of dialoguing on these issues .... These risks and issues may form the bedrock for crises."*

Era penyebaran informasi global membuat munculnya tipe krisis yang baru. Krisis yang muncul di era teknologi komunikasi yang baru ketika terdapat sebuah pemberitaan yang berisi tuduhan terhadap seseorang, organisasi, kualitas sebuah produk atau layanan padahal tuduhan tersebut belum bisa dipastikan kebenarannya (Millar & Heath, 2003). Era keterbukaan informasi bahkan menjadikan rumor sebagai bentuk spesial untuk sebuah krisis karena sifatnya yang cenderung provokatif seperti yang diungkapkan oleh Weiner dalam Holmes (2011) yaitu:

*"Before the company knows about the incident, cameras are on the scene. In the absence of real information, organization cannot respond meaningfully. However that doesn't stop the media from reporting on it live, minute by minute."*

Secara faktual, krisis adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari, tapi tentu saja memiliki kemungkinan masih bisa dicegah. Manajemen krisis hadir sebagai upaya mengantisipasi dan menghindari dari dampak negatif dari krisis dan untuk mempersiapkan berbagai strategi dan taktik apa yang akan dilakukan untuk menangani suatu krisis tersebut. Prinsip pertama dalam manajemen krisis adalah dengan mengutamakan keselamatan publik. Terkait dengan prinsip pertama ini Humas juga juga menerapkan strategi komunikasi krisis yang dirancang dengan (1) mengurangi resiko muncul kepanikan publik; (2) mengurangi kekhawatiran yang dirasakan publik; (3) mengurangi spekulasi-spekulasi khususnya di awal-awal krisis; (4) melindungi perusahaan dari kritik-kritik spekulasi yang biasanya muncul dari wacana publik di media massa; (5) bersifat dapat dipercaya (accountability), keterbukaan (disclosure), dan komunikasi berbasis keseimbangan kepentingan

(symmetrical communication) (6) didesain untuk meminimalkan kerusakan pada citra organisasi (Kriyantono & McKenna, 2019).

### 1.1.2. Penyelarasan antara Kebijakan dan Implementasi dalam Manajemen Komunikasi Krisis Polda Lampung

Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi sejauh mana kebijakan dan prosedur komunikasi krisis di Polda Lampung telah diimplementasikan dalam situasi nyata. Analisis ini dapat memberikan wawasan tentang kesenjangan yang mungkin ada antara pedoman dan praktik lapangan.

#### Gambar 1. 3 Bentuk kebijakan dan prosedur komunikasi krisis di Polda Lampung telah diimplementasikan dalam situasi nyata



Sumber: RADARLAMPUNG

Adanya anggota Polri melakukan kunjungan ke rumah orang tua bima yang diduga telah menyebarkan ujaran kebencian yang mengandung SARA melalui video kritiknya terhadap pemerintah Lampung. Namun, berita tentang kunjungan ini segera menyebar di media sosial dengan narasi yang menuduh bahwa kunjungan

tersebut dilakukan dalam bentuk intimidasi terhadap orang tua bima. Media melaporkan insiden tersebut secara luas, mengakibatkan persepsi negatif terhadap tindakan polisi. maka, dengan menganalisis kasus ini, penelitian dapat mengungkapkan faktor-faktor yang menyebabkan ketidakselarasan antara kebijakan dan implementasi.

Dalam wawancara pra riset terhadap Kabid Humas Polda Lampung, Kombes Zahwani Pandra Arsyad yakni :

*“Kenapa polisi datang menanyakan keberadaan Bima, karena kami ini melakukan pendalam terhadap informasi tersebut. Namun, jika terdapat kesalahan prosedur maka kami akan mengoreksi dan akan menjadikan pelajaran kedepannya, dan kami meminta maaf jika terdapat kesalahan prosedur”.*

Secara tentatif Polda Lampung menjalankan manajemen komunikasi krisis dengan beberapa tahapan. Memasuki awal krisis, langkah yang dilakukan ialah menyediakan informasi satu pintu, yaitu melalui Humas Polda Lampung. Diharapkan langkah ini dapat memudahkan sirkulasi dan mencegah kesimpangsiuran berita di lingkungan publik, khususnya di Provinsi Lampung. Polda Lampung juga menyusun pesan yang akan ditargetkan kepada publik mengenai krisis yang terjadi, beberapa konsekuensi dan sikap antisipasi Polda Lampung. Fase *initial crisis* ini bertujuan upaya publik bersiaga terhadap langkah yang diambil oleh Polda Lampung selanjutnya. Setelah melewati fase awal krisis yang baik, maka akan memudahkan untuk melewati fase-fase berikutnya. Informasi yang dikonsumsi publik akan mengalami peningkatan kepada kepercayaan terhadap Polda Lampung. Pada fase terakhir, Polda Lampung khususnya bidang Humas harus memaparkan metode penanggulangan keadaan darurat dan resolusi pemulihan setelah krisis.

Komunikasi merupakan poin penting dalam setiap kegiatan kehumasan dalam menjaga citra positif lembaga pemerintah di mata masyarakat. Komunikasi yang tidak baik akan menimbulkan hubungan yang tidak baik pula antara humas pemerintah dengan masyarakat.

### **1.1.3. Pentingnya Komunikasi Krisis dalam Konteks Ketertiban dan Ketegangan Publik**

Kepolisian Daerah (Polda) Lampung memiliki tanggung jawab utama dalam menjaga keamanan dan ketertiban publik terhadap dinamika sosial di Lampung. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas keamanan publik, Polda Lampung memiliki peran penting dalam mempertahankan stabilitas dan harmoni sosial. Manajemen komunikasi krisis yang baik dapat berkontribusi pada pengelolaan konflik dan peredaman ketegangan sosial. Dalam menjalankan tugas ini, mereka dapat dihadapkan pada berbagai situasi darurat dan krisis yang memerlukan respons cepat dan efektif. Situasi yang dialami oleh Polda Lampung bersesuaian dengan definisi krisis dari perspektif komunikasi seperti yang dikemukakan oleh DiStaso (2010) yaitu sebagai sebuah peristiwa utama yang secara potensial memberikan dampak negatif terhadap organisasi, perusahaan, atau industri. Mitroff dan Pearson dalam DiStaso (2010) juga mendefinisikan krisis organisasi sebagai sebuah kejadian atau peristiwa yang dapat mengancam reputasi dan kelangsungan hidup organisasi, hal tersebut mencakup personal sosial, faktor teknik krisis, dan asumsi – asumsi dasar yang diturunkan dari krisis yang dianut sebuah masyarakat, seperti nilai, keyakinan, dan struktur sosial.

**Gambar 1. 4 Video Viral Terkait Rumah Orang Tua Bisa Dijaga Ketat**



**Sumber:** Youtube.com

Sebuah rekaman video menunjukkan sekelompok pemuda yang tampak berjaga di sekitar kediaman orang tua TikToker Bima Yudho Saputro. Dalam rekaman itu, terlihat bahwa para pemuda tersebut secara bergantian melakukan penjagaan di depan rumah orang tua Bima yang berada di Lampung, sambil sesekali memantau situasi di sekitarnya. Aksi ini dilaporkan dilakukan secara sukarela oleh para pemuda tersebut, yang merasa prihatin terhadap situasi yang dialami oleh keluarga Bima. Mereka bermaksud memberikan perlindungan terhadap keluarga Bima, yang diduga menjadi sasaran intimidasi setelah peristiwa yang viral sebelumnya.

Tindakan penjagaan oleh kelompok pemuda ini meski dilandasi niat baik, dikhawatirkan dapat memicu ketegangan sosial di masyarakat sekitar. Kehadiran massa yang berkumpul di depan rumah tersebut berpotensi menciptakan suasana tidak nyaman, baik bagi warga sekitar maupun pihak keluarga. Masyarakat lokal mungkin merasakan kekhawatiran terkait stabilitas keamanan di daerah tersebut,

apalagi dengan meningkatnya perhatian publik terhadap isu ini melalui berbagai platform media sosial dan pemberitaan media online.

Selain itu, aksi ini juga bisa menjadi pemicu bagi pihak-pihak lain yang memiliki pandangan berbeda atau berkepentingan tertentu untuk terlibat, sehingga memperbesar risiko terjadinya konflik atau bentrokan di wilayah tersebut. Jika tidak dikelola dengan baik, situasi ini berpotensi mengganggu ketertiban umum dan menambah kerumitan pada masalah sosial yang tengah berkembang di Lampung.

Krisis dapat terjadi pada organisasi manapun. Tidak ada organisasi yang luput dari krisis walaupun sudah aktif melakukan upaya pencegahan krisis. Krisis merupakan kejadian besar yang berpotensi negatif bagi organisasi dan publiknya dan dapat mengganggu operasional organisasi serta mengancam eksistensi organisasi. Organisasi harus memiliki persiapan dan kesiapan untuk menangani krisis. Salah satu hal utama dalam menangani krisis adalah mengkomunikasikan krisis itu sendiri (Fearn-Banks, 2016). Dialog pada waktu sebelum, semasa, dan setelah krisis yang dilakukan oleh organisasi dengan publiknya adalah komunikasi krisis (Fearn-Banks, 2010). Dalam hal ini, manajemen komunikasi krisis memainkan peran krusial dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat, media, dan pihak-pihak terkait lainnya adalah akurat, jelas, dan berdaya guna. Maka dari itu peneliti akan mengangkat penelitian dengan judul ***”Strategi Manajemen Komunikasi Krisis Bidang Humas Kepolisian Daerah Lampung (Pada Kasus Video “Lampung Dajjal” Yang Diunggah Akun Tiktok @awbimaxreborn)”***

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu *“bagaimana manajemen komunikasi krisis yang telah dilakukan oleh Humas Polda Lampung pada kasus video “Lampung Dajjal” yang diunggah akun tiktok @awbimaxreborn?”*

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian yang digarap oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen komunikasi krisis yang telah dilakukan oleh Humas Polda Lampung pada kasus video “Lampung Dajjal” yang diunggah akun tiktok @awbimaxreborn.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis dan Teoritis penelitian ini adalah untuk menambah informasi dan wawasan mengenai strategi manajemen krisis, serta menjadi tambahan referensi bagi penelitian mengenai strategi manajemen krisis berikutnya.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur informasi mengenai komunikasi manajemen krisis dalam proses komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Konsep dan Indikator*.
- Afrizal. (2014). Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Dalam *ICB Research Reports* (Nomor 9). PT Rajagrafindo Persada.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2017). *Part 1: The Practice and Environment of Integrated Marketing Communications (IMC). Dalam Advertising, Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage.
- Anggoro, M. L., & H.Nasir, Y. (2008). *Teori & Profesi kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. 332.
- ANTARA News. (t.t.). Diambil 3 Desember 2024, dari <https://www.antaraneews.com/>
- Benoit, W. L. (1997). *Image repair discourse and crisis communication*. *Public Relations Review*, 23(2), 177–186. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(97\)90023-0](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(97)90023-0)
- Botan, C., & Hazleton, V. (2010). *Public relations theory II. Public Relations Theory II*, 1–470. <https://doi.org/10.4324/9780203873397>
- Capozzi, L., & Rucci, S. R. (2014). *Crisis Management in the age of Social Media. Dalam Ragan Social Media for PR & Corporate Communications*.
- Chairun Nisa Dwi Putri, -. (2018). Strategi Hubungan Media Dalam Menangani Krisis Korporasi: Studi Kasus Anomali Satelit Telkom 1 pada PT. Telekomunikasi Indonesia. <http://repository.upi.edu>
- Claeys, A. S., & Cauberghe, V. (2012). *Crisis response and crisis timing strategies, two sides of the same coin*. *Public Relations Review*, 38(1), 83–88. <https://doi.org/10.1016/J.PUBREV.2011.09.001>
- 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. (2010). *Parameters for Crisis Communication*. Dalam *The Handbook of Crisis Communication*. John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781444314885.CH1>
- Coombs, W. Timothy. (2014). *Ongoing crisis communication: planning, managing, and responding*. SAGE Publications, Inc.
- Cornelissen, Joep. (2011). *Corporate communication: a guide to theory and practice*. 296.

- Creswell, J. W. (2003). Research design Qualitative quantitative and mixed methods approaches. *Research design Qualitative quantitative and mixed methods approaches*. <https://doi.org/10.3109/08941939.2012.723954>
- Cutlip, S. M. ., Center, A. H. ., & Broom, G. M. . (2000). *Effective public relations*. Prentice Hall.
- David, F. R. . (2011). *Strategic management*.
- De Blasio, A., & Veale, R. (2009). *Why say sorry? Influencing consumer perceptions post organizational crises*. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 17(2), 75–83. <https://doi.org/10.1016/J.AUSMJ.2009.05.007>
- Devito, J. A. , author. (2014). *The interpersonal communication book*. Pearson education limited . <https://lib.ui.ac.id>
- DiStaso, M. W., McCorkindale, T., & Wright, D. K. (2011). How public relations executives perceive and measure the impact of social media in their organizations. *Public Relations Review*, 37(3), 325–328. <https://doi.org/10.1016/J.PUBREV.2011.06.005>
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (2015). Reputation management: The key to successful public relations and corporate communication. Dalam *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315879987/Reputation-Management-John-Doorley-Helio-Fred-Garcia/Accessibility-Information>
- Fearn-Banks, K. (2010). *Crisis Communications : A Casebook Approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203849521>
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications : A Casebook Approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315684857>
- Fink, Steven. (2002). *Crisis management : planning for the inevitable*. iUniverse.
- Flanagin, A., & Metzger, M. J. (2014). *Digital Media and Perceptions of Source Credibility in Political Communication* (K. Kenski & K. H. Jamieson, Ed.; Vol. 1). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/OXFORDHB/9780199793471.013.65>
- Grant, R. M. (2005). Contemporary Strategy Analysis. Dalam *Notes*.
- Hernández-González, A., Gomez-González, R., Yandhira, D., Ferreyra, D., Barleta, J., Nazareno, L., Gibert, X., Bogataj, D., Bogataj, M., González-Lodoño, M., Ruilopez, S., Rico, D., Doschyk, J., & Pagano, M. (2020). Un mundo VUCA nos espera. *Gestión Diaria del Hospital*, 7(1).
- Incardona, J. P., & Scholz, N. L. (2018). Case study: The 2010 Deepwater Horizon Oil Spill and its environmental developmental impacts. *Development and Environment*, 235–283. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-75935-7\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-75935-7_10)
- Indiraswari, R., Rachmat Kriyantono, M. Si. , Ph. D., & Maulina Pia Wulandari, S. Sos. , M. Kom. , Ph. D. (2019). Paparan Dominasi Krisis dan Strategi Respon

Krisis Perusahaan BUMN Indonesia (Studi Analisis Isi Kuantitatif Dominasi Krisis dan Strategi Respon Krisis Perusahaan BUMN Indonesia (PT. Pertamina (Persero) dan PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk) dalam Media Online Detik.com Periode Januari 2007 – Juli 2018).

Jefkins, Frank. (2016). *Public Relations*. Elsevier Science.

Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2010). Toward a publics-driven, emotion-based approach in crisis communication: Testing the Integrated Crisis Mapping (ICM) model. *Public Relations Journal*, 4(1). [https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb\\_research/6643](https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/6643)

Kathleen Fearn-Banks. (2011). *Crisis Communications: A Casebook Approach*, Fourth Edition. Dalam *Music in the Human Experience*.

Ki, E. J., & Brown, K. A. (2013). The Effects of Crisis Response Strategies on Relationship Quality Outcomes. *Journal of Business Communication*, 50(4), 403–420. <https://doi.org/10.1177/0021943613497056>

Kriyantono, R., & McKenna, B. (2019). Crisis response vs crisis cluster: A test of *Situational Crisis Communication Theory* on two crisis clusters in Indonesian public relations. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(1), 222–236. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3501-15>

Kuipers, S., & Wolbers, J. (2021). Organizational and institutional crisis management. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. <https://doi.org/10.1093/ACREFORE/9780190228637.013.1611>

Lyon, L., & Cameron, G. T. (2004). A relational approach examining the interplay of prior reputation and immediate response to a crisis. *Journal of Public Relations Research*, 16(3), 213–241. <https://doi.org/10.1080/1532-754X.2004.11925128>

Manajemen, J., Bisnis, dan, & Hasibuan, R. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia: Evolusi Dan Kontribusi. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 1(3).

Merriam, S. B. (1998). Qualitative research and case study applications in education. Dalam *Dados* (Vol. 2nd).

Millar, D. P., & Heath, R. L. (2003). Responding to crisis: A rhetorical approach to crisis communication. Dalam *Responding to Crisis: A Rhetorical Approach to Crisis Communication*. <https://doi.org/10.4324/9781410609496>

Moleong, L. J., & Surjaman, Tjun. (1991). *Metodologi penelitian kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

M.Prawiro. (2020). Pengertian Komunikasi: Memahami Apa Itu Komunikasi, Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Prosesnya. *Maxmanroe*.

Ms., H., & Whitney, S. (2011). *Crisis Communications and Social Media: Advantages, Disadvantages and Best Practices*.

- Mulgan, G. (2008). The Art of Public Strategy: Mobilizing Power and Knowledge For The Common Good. Dalam *The Art of Public Strategy*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/OSO/9780199289646.001.0001>
- Pekka Aula, Leif Åberg. (t.t.). Diambil 3 Desember 2024, dari <https://www.mv.helsinki.fi/home/aula/Aula-Aberg-Blistering-Publicities.pdf>
- PIEPER, DIPL. -KFF. U. (1996). Competing for the future. *R&D Management*, 26(2). <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.1996.tb00945.x>
- Ridder, H. G., Miles, M. B., Michael Huberman, A., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis. A methods sourcebook. *Zeitschrift für Personalforschung*, 28(4).
- Ruslan;, R. (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Soemirat, S., & Adianto, E. (2017). *Dasar - Dasar public relatiaon*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. Dalam *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono;, Prof. DR. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Tjiptono, Fandy. (1995). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- TRIBRATA NEWS. (t.t.). Diambil 3 Desember 2024, dari <https://tribratanews.polri.go.id/>
- Wilcox, D. L. ., & Cameron, G. T. . (2006). *Public relations : strategies and tactics*. A & B.
- Williamson, H. F., & Chandler, A. D. (1964). Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise. *Technology and Culture*, 5(1). <https://doi.org/10.2307/3101138>
- Yulianti, W., & Boer, R. F. (2020). Manajemen krisis public relations dalam menangani penolakan imunisasi measles rubella. *PRofesi Humas*, 4(2), 290–311.