

**PENERAPAN *IMAGE RESTORATION THEORY* PADA
PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO)
UNIT INDUK WILAYAH BANGKA BELITUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana 1 (S1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

MAYANG ANJANI

07031182126031

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

PENERAPAN *IMAGE RESTORATION THEORY* PADA PT.
PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO) UNIT INDUK
WILAYAH BANGKA BELITUNG

SKRIPSI

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

Oleh:

MAYANG ANJANI
07031182126031

Pembimbing I



Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR
NIP. 199205312019032018

Pembimbing II



Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198806162022032005

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



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

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**PENERAPAN *IMAGE RESTORATION THEORY* PADA
PT. PERUSAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO) UNIT
INDUK WILAYAH BANGKA BELITUNG**

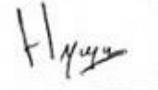
SKRIPSI
Oleh:

MAYANG ANJANI
07031182126031

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 31 Desember 2024
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

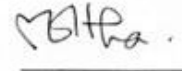
Harry Yog Sunandar, S.IP., M.I.Kom
NIP. 197905312023211004
Ketua



Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.
NIP. 198807252019031010
Anggota



Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR
NIP. 199205312019032018
Anggota



Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198806162022032005
Anggota



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mayang Anjani
NIM : 07031182126031
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 29 Mei 2003
Jurusan/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Penerapan *Image Restoration Theory* Pada PT.
Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Unit Induk
Wilayah Bangka Belitung

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 pengarahannya 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, Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



Mayang Anjani

NIM. 07031182126031

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jangan jadikan kegagalan sebagai hal yang membuatmu terpuruk, akan tetapi jadikanlah hal tersebut sebagai motivasimu untuk terus melangkah maju dan membuktikan bahwa kamu berhasil”

- Mayang Anjani

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada almamater saya Universitas Sriwijaya dan program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan kedua orang tua saya Bapak dan Mamak tercinta yang sudah senantiasa mendukung, mendoakan dengan tulus selama proses perkuliahan saya, serta kepada diri saya sendiri, keluarga besar, sahabat, dan teman-teman saya yang telah kebersamai dan mendukung dalam proses perkuliahan.

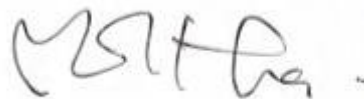
ABSTRACT

The damage to the company's image necessitates the need for image restoration. Image restoration can be achieved by implementing effective communication strategies, a role that falls under public relations, which serves as the foundation for the company in building a positive image. This study aims to examine the image restoration strategy employed by PT. PLN (Persero) UIW Bangka Belitung following the blackout in June 2024, analyzed using the Image Restoration Theory. The research uses a case study method with a qualitative descriptive approach. The theory applied in this study is the Image Restoration Theory developed by William L. Benoit, which includes five dimensions: denial, evasion of responsibility, reducing offensiveness, corrective action, and mortification. The findings of the study show that reducing offensiveness, corrective action, and mortification are the dimensions used by PT. PLN (Persero) UIW Babel in their image restoration efforts. The dimension of reducing offensiveness identified in the study involves minimizing offensive behavior by using the tactic of minimization, which includes spreading information to reduce the public's offensive perception. The dimension of corrective action found in the study involves both technical and non-technical improvements, as well as ensuring that similar incidents do not occur again. Finally, the dimension of mortification identified involves issuing an apology, acknowledging the mistakes that were made, and taking responsibility through the TJSI (Corporate Social Responsibility) program, which aims to restore public trust.

Keywords: *Image Restoration, Image Restoration Theory, PT. PLN (Persero) UIW Babel, June 2024 Blackout*

Advisor I

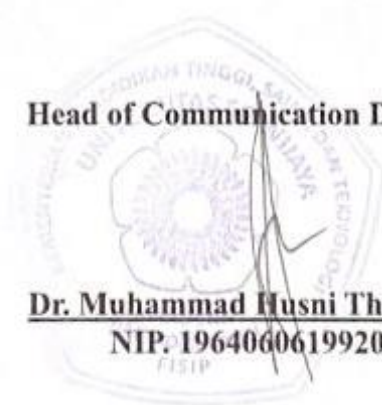
Advisor II



Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR
NIP. 199205312019032018

Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198806162022032005

Head of Communication Departement



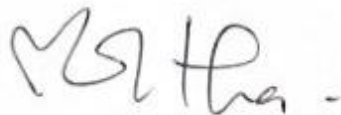
Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRAK

Kerusakan citra perusahaan mengakibatkan perlunya pemulihan citra. Pemulihan citra dapat dilakukan dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, hal tersebut merupakan peranan dari *public relations* yang bertugas sebagai dasar utama perusahaan dalam membangun citra positif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi pemulihan citra yang dipakai oleh PT. PLN (Persero) UIW Bangka Belitung pasca *blackout* Juni 2024 yang dianalisis dengan menggunakan *image restoration theory*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif secara deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *image restoration theory* yang dikembangkan oleh William L, Benoit. Teori ini memiliki lima dimensi *denial*, *evasion of responsibility*, *reducing offensiveness*, *corrective action*, dan *mortification*. Hasil Penelitian menunjukkan *reducing offensiveness*, *corrective action*, *mortification* merupakan dimensi yang digunakan PT. PLN (Persero) UIW Babel dalam melakukan pemulihan citra. Dimensi *reducing offensiveness* yang ditemukan dalam penelitian ini adalah pengurangan sikap ofensif dengan menggunakan *tactic minimization* yaitu memanfaatkan penyebaran informasi untuk mengurangi sikap ofensif masyarakat. Dimensi *corrective action* yang ditemukan adalah tindakan perbaikan teknis dan non teknis serta memastikan kejadian serupa tidak akan terulang kembali. Selanjutnya dimensi *mortification* yang ditemukan yaitu tindakan pemorhonian maaf dan mengakui atas kesalahan yang terjadi serta memberikan bentuk rasa tanggung jawab melalui program TJSL yang bertujuan memulihkan kembali kepercayaan masyarakat.

Kata Kunci: Pemulihan Citra, *Image Restoration Theory*, PT. PLN (Persero) UIW Babel, *Blackout* Juni 2024

Pembimbing I



Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR
NIP. 199205312019032018

Pembimbing II



Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198806162022032005

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian proposal skripsi dengan judul “Penerapan *Image Restoration Theory* Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Unit Induk Wilayah Bangka Belitung. Laporan ini disusun berdasarkan pengetahuan serta data atau sumber lainnya dengan tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih derajat Sarjana Starata (S1) dalam program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya.

Peneliti juga mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang membimbing, membantu serta mendukung penyusunan proposal skripsi. Oleh karena itu, peneliti dengan tulus menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE., M.Si. Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof Dr. Alfitri, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Husni Thamrin, M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan arahan, bimbingan, dukungan, waktu, tenaga, serta saran dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Ibu Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, waktu, tenaga, saran, serta dukungan dalam penyusunan proposal skripsi ini.

6. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta arahan, saran sejak awal perkuliahan.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta para Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mendidik dan memberikan ilmu serta arahan dan bantuan sejak awal masa perkuliahan.
8. Mba Elvira Humairah selaku Staff Administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang selalu meberikan arahan, informasi, membantu, memperhatikan, mengikatkan mahasiswa perihal urusan administrasi sejak awal perkuliahan.
9. Keluarga besar peneliti yaitu Bapak, Mamak, Adik, dan Nenek yang selalu memberikan doa serta dukungan dalam aktivitas perkuliahan.
10. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 terutama Ramadhan, Agnes, Dinda, Mutia, Nadya, Gema, Agil, dan Syifa.
11. Teman masa SMP Tsabitah dan Asti yang telah memabantu memberikan dukungan terhadap peneliti.
12. Cita-cita peneliti yang selalu membuat peneliti semangat dalam penulisan skripsi ini.

Palembang, Desember 2024

Peneliti

Mayang Anjani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR DIAGRAM	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Konseptual	12
2.1.1 Manajemen Krisis	12
2.1.2 Public Relations	14
2.1.3 <i>Public Relations</i> dan Manajemen Krisis.....	15
2.1.4 <i>Public Relations</i> dan Image Restorasi.....	16
2.2 Kerangka Teori.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23

2.4 Penelitian Tedahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Definisi Konsep.....	29
3.3 Fokus Penelitian.....	31
3.4 Unit Analisis atau Unit Observasi	33
3.5 Informan Penelitian.....	34
3.5.1 Kriteria Informan	34
3.5.2 <i>Key Informan</i> (<i>Informan Kunci</i>)	34
3.5.3 Informan Pendukung.....	35
3.6 Sumber Data.....	35
3.6.1 Data Primer	36
3.6.2 Data Sekunder	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7.1 <i>In-Depth Interview</i> (<i>Wawancara Mendalam</i>).....	37
3.7.2 Observasi.....	37
3.7.3 Dokumentasi	38
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.8.1 <i>Tringulasi Sumber</i>	39
3.8.2 <i>Tringulasi Teknik</i>	39
3.9 Teknik Analisis Data	39
3.9.1 <i>Kondensasi Data</i>	40
3.9.2 <i>Penyajian Data</i>	40
3.9.3 <i>Penarikan Kesimpulan</i>	41
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	42
4.1 Profil PT. PLN (PERSERO) UIW Babel.....	42

4.2	Visi dan Misi PT. PLN (PERSERO)	43
4.3	Logo PT. PLN (PERSERO)	44
4.4	Struktur Organisasi PT. PLN (PERSERO) UIW Babel	44
4.5	Profil Informan.....	44
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		48
5.1	<i>Denial</i>	49
5.1.1	<i>Simple Denial</i>	50
5.1.2	<i>Shift Blame</i>	53
5.2	<i>Evasion of Responsibility</i>	56
5.2.1	<i>Provocation</i>	57
5.2.2	<i>Defeasibility</i>	62
5.2.3	<i>Accident</i>	65
5.2.4	<i>Good Intentions</i>	67
5.3	<i>Reducing Offensiveness</i>	70
5.3.1	<i>Bolstering</i>	71
5.3.2	Minimization	73
5.3.3	<i>Differentiation</i>	76
5.3.4	<i>Transcendence</i>	77
5.3.5	<i>Attack Accuser</i>	80
5.3.6	<i>Compensation</i>	81
5.4	<i>Corrective Action</i>	84
5.5	<i>Mortification</i>	88
5.6	Arus Komunikasi Vertikal	93
5.7	Perhatian Audiens dan <i>Stakeholder</i>	94
5.8	Analisis Penerapan <i>Image Restoration Theory</i> Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Unit Induk Wilayah Bangka Belitung	96

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
6.1 Kesimpulan	108
6.2 Saran.....	109
6.2.1 Saran Praktis	109
6.2.2 Saran Teoritis.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	44
Tabel 5.1 Temuan pada Kategori <i>Denial</i> Subkategori <i>Simple Denial</i>	53
Tabel 5.2 Temuan pada Kategori <i>Denial</i> Subkategori <i>Shift Blame</i>	56
Tabel 5.3 Temuan pada Kategori <i>Evasion of Responsibility</i> Subkategori <i>Provocation</i>	61
Tabel 5.4 Temuan pada Kategori <i>Evasion of Responsibility</i> Subkategori <i>Defeasibility</i>	64
Tabel 5.5 Temuan pada Kategori <i>Evasion of Responsibility</i> Subkategori <i>Accident</i>	67
Tabel 5.6 Temuan pada Kategori <i>Evasion of Responsibility</i> Subkategori <i>Good Intentions</i>	69
Tabel 5.7 Temuan pada kategori <i>Reduction off Ofensiveness</i> Subkategori <i>Bolstering</i>	72
Tabel 5.8 Temuan pada Kategori <i>Reduction off Ofensiveness</i> Subkategori <i>Minimization</i>	75
Tabel 5.9 Temuan pada Kategori <i>Reduction off Ofensiveness</i> Subkategori <i>Differentiation</i>	77
Tabel 5.10 Temuan pada Kategori <i>Reduction off Ofensiveness</i> Subkategori <i>Attack Acuse</i>	81
Tabel 5.11 Temuan pada Kategori <i>Reduction off Ofensiveness</i> Subkategori <i>Compensation</i>	83
Tabel 5.12 Temuan pada Kategori <i>Corrective Actions</i>	87
Tabel 5.13 Temuan pada Kategori <i>Mortification</i>	91

Tabel 5.14 Temuan pada Kategori Arus Komunikasi Vertikal.....	92
Tabel 5.15 Temuan pada Kategori Perhatian Audiens dan <i>Stakeholder</i>	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kolom Komentar <i>Facebook</i> PLN Wilayah Bangka Belitung.....	4
Gambar 1.2 Data Kepuasan Layanan PLN.....	5
Gambar 1.3 Berita Online Tanggapan Masyarakat Mengenai <i>Blackout</i>	6
Gambar 1.4 Sosialisasi dan Penyerahan Bantuan TJSJL Program <i>Electrifying Marine</i> di Desa Suak Gual Belitung.....	8
Gambar 4.1 Logo PT. PLN (PERSERO).....	44
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. PLN (PERSERO) UIW Babel.....	44
Gambar 4.3 Dokumentasi dengan Informan I.....	45
Gambar 4.4 Dokumentasi dengan informan II.....	45
Gambar 4.5 Dokumentasi dengan Informan III.....	46
Gambar 4.6 Dokumentasi dengan Informan Pendukung I.....	46
Gambar 4.7 Dokumentasi dengan Informan Pendukung II.....	47
Gambar 5.1 Berita Online Pernyataan Masalah di Sebabkan Oleh Faktor Eksternal.....	54
Gambar 5.2 Berita Online Gangguan SUTET Sumatera yang Memicu Bangka Terdampak.....	58
Gambar 5.3 Pernyataan Masyarakat di Kolom Komentar Unggahan <i>Facebook</i> PLN Wilayah Bangka Belitung.....	60
Gambar 5.4 Pemberitaan Mengenai Tindakan Terbaik yang Dilakukan.....	68
Gambar 5.5 Informasi Penormalan Sistem Kelistrikan.....	74
Gambar 5.6 Pemberitaan Tindakan Perbaikan.....	85
Gambar 5.7 Memperkuat Relasi Bersama Audiens dan <i>Stakeholder</i>	94

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran.....	20
-------------------------------	----

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 5.1 Dimensi yang Digunakan.....	103
Diagram 5.2 Subkategori yang Sering digunakan.....	104

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Reputasi merupakan penilaian umum, pandangan maupun persepsi yang tercipta di masyarakat terhadap perusahaan atau organisasi. Yang mana hal tersebut terbentuk dari informasi, pengalaman, serta kesan yang diterima masyarakat dari perusahaan. Reputasi dapat menggambarkan kredibilitas serta integritas perusahaan. Dalam situasi bisnis, sebuah reputasi yang baik dapat berpengaruh besar dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Namun sebaliknya, jika reputasi perusahaan terbentuk buruk di masyarakat, maka akan berdampak negatif bahkan menciptakan kerusakan terhadap citra perusahaan.

Reputasi merupakan aset tak ternilai yang berperan membangun daya saing serta keuntungan dalam suatu perusahaan. Berhasilnya tercipta reputasi perusahaan yang baik maka dapat menciptakan kepercayaan masyarakat dalam jangka waktu yang lama, reputasi juga dapat menciptakan hubungan kepercayaan dalam melakukan kerjasama bersama pihak eksternal (Brønn & Brønn, 2015). Perusahaan perlu menjaga nilai-nilai kejujuran, bertanggung jawab, serta memberikan pelayanan dan respon terbaik bagi pelanggan guna mempertahankan reputasi perusahaan.

Terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam membangun reputasi, dan terbagi menjadi tiga bagian utama: pertama, fokus terhadap pekerjaan yang melibatkan nilai dan merek perusahaan, kedua, pahami dengan spesifik mengenai nilai-nilai yang membangun reputasi dengan cara melakukan pertimbangan melalui diskusi untuk mencapai reputasi perusahaan yang baik, ketiga, lakukan analisis

dengan mengetahui persepsi maupun penilaian masyarakat terhadap perusahaan guna dapat mengukur keberhasilan dari pembangunan reputasi (Dumont, 2018).

Pengelolaan reputasi yang baik dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan. Citra dalam sebuah perusahaan memerankan peran penting untuk menciptakan keberhasilan perusahaan dalam proses bisnisnya, contohnya seperti dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam pandangan pasar dan investor. Selain hal tersebut citra positif dapat membangun kepercayaan masyarakat sehingga terhindar dari kontroversi yang dapat merusak citra di hadapan publik

Kerusakan citra perusahaan mengakibatkan perlunya pemulihan citra. Pemulihan citra dapat dilakukan dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, dimana hal tersebut merupakan peranan dari *public relations* (PR) yang bertugas sebagai dasar utama perusahaan dalam membangun reputasi maupun citra positif. *Public relations* merupakan suatu manajemen yang berfungsi sebagai pembangun relasi maupun hubungan baik dengan pihak eksternal, serta menjadi sebuah jembatan bagi suatu perusahaan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat yang bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan. Sama halnya dengan kasus PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) PERSERO Unit Induk Wilayah Bangka Belitung (UIW Babel), *public relations* merupakan salah satu divisi kerja dalam bidang Keuangan Komunikasi dan Umum (KKU), dimana salah satu tugas pokoknya adalah merancang dan melakukan implementasi terhadap program-program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Dalam pemulihan citra, melakukan implementasi program positif yang berdampak kepada masyarakat kemudian dikemas melalui media dengan membingkai citra positif akan dapat membantu dalam melakukan pemulihan citra perusahaan (Adeloye & Carr,

2019). Implementasi program-program TJSJL bertujuan untuk membantu dan memperbaiki lingkungan sosial dengan tepat sasaran sehingga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar serta dapat menjadi strategi pemulihan citra PT. PLN (PERSERO) UIW Babel.

UIW Babel merupakan kantor Unit Induk Wilayah dari PT. PLN (PERSERO), dengan wilayah kerja pada Provinsi Bangka Belitung. Dalam proses bisnis yang dilakukan oleh PLN UIW Babel pada kurun waktu terakhir terdapat penurunan citra perusahaan yang diakibatkan terjadinya *blackout* atau pemadaman listrik di pulau Bangka Belitung, dimana hal tersebut menimbulkan perspektif-perspektif negatif masyarakat mengenai PLN UIW Babel sehingga menyebabkan kemarahan masyarakat yang dituangkan melalui aksi protes baik secara langsung dengan mendatangi Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Bangka (UP3 Bangka) maupun di media sosial.

Aksi protes yang dilakukan oleh masyarakat menyebabkan penurunan citra perusahaan, dikarenakan hal tersebut mencerminkan ketidakpuasan atas pelayanan maupun keluhan yang belum dapat ditangani dengan baik. Selain itu melalui aksi protes yang terjadi dapat menambah pembentukan opini negatif yang disebabkan dari media yang tertarik untuk melakukan peliputan atas ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan observasi peneliti dari media sosial *facebook* PLN Wilayah Bangka Belitung, dimana banyak terdapat lontaran ujaran kebencian dalam kolom komentar unggahannya. Ujaran kebencian tersebut terjadi terus menerus dengan menggiring opini negatif, tanpa membaca dengan jelas alasan yang diberikan oleh PLN UIW Babel atas terjadinya *blackout* atau pemadaman listrik.



Gambar 1.1 Kolom Komentar Facebook PLN Wilayah Bangka Belitung
Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Gambar 1.1 merupakan kolom komentar dari sosial media PLN UIW Babel yaitu *facebook*. Terdapat ujaran kebencian dari masyarakat yang menimbulkan krisis sehingga mengakibatkan penurunan citra. Berdasarkan *media monitoring* yang dilakukan peneliti, ujaran kebencian dalam kolom komentar pada unggahan 3 Juni 2024 terdapat 37 komentar negatif, selanjutnya pada 4 Juni 2024 kolom komentar dari unggahan *facebook* PLN Wilayah Bangka Belitung kembali di banjiri hujatan dari masyarakat, dimana terdapat 441 komentar negatif. Selanjutnya pada 5 Juni 2024 dalam unggahan pemberitahuan pemadaman terdapat 127 komentar negatif dari masyarakat dikarenakan jadwal pemadaman yang tidak sesuai.

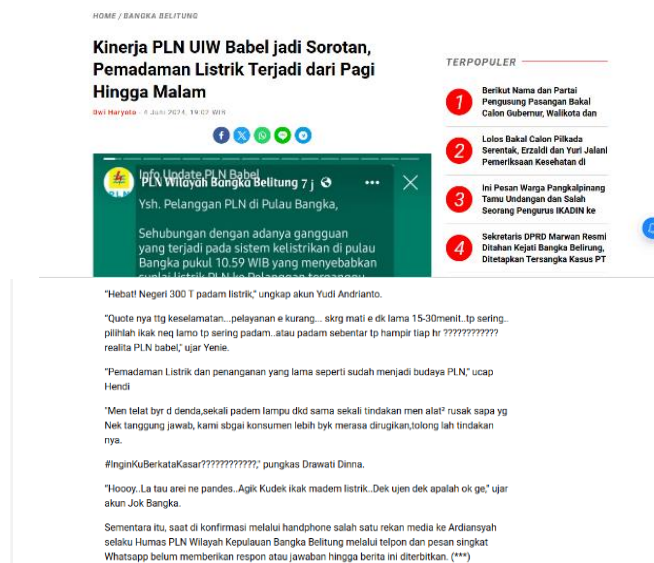
Media massapun dibanjiri dengan berita mengenai *blackout*, dimana terdapat enam berita online yang memiliki *tone* negatif dan di *release* dalam kurun waktu berurutan. Sumber media yang dipilih untuk penelitian ini adalah Kompas.com, Matabangka.com, Koran.tempo.co, Tirto.id, Babelaktual.com, Relung.id, media tersebut dipilih karena liputannya menyangkut perspektif masyarakat Bangka

Belitung mengenai keluhan terhadap *blackout* PLN yang menyebabkan banyak aktivitas terhenti. Berita negatif mengenai suatu perusahaan yang di release secara berurutan dalam kurun waktu yang singkat dapat dikatakan krisis (Timothy, 2021). Menurut Coombs & Holladay (2010), Dikutip (Maharani, 2024) menyatakan bahwasannya sebuah peristiwa dapat dikatakan krisis jika telah berdampak besar dalam kehidupan manusia, aset, keuangan, reputasi, kesejahteraan serta stabilitas organisasi. Krisis dapat menimbulkan dampak terhadap reputasi dari suatu perusahaan ataupun organisasi yang diakibatkan dari terjadinya kesalahan dalam suatu tindakan (Pratiwi, Andarini, et al., 2022), yang dimana krisis dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Provinsi	Penilaian terhadap Respon Layanan PLN		Penilaian terhadap Komunikatif Layanan PLN		Penilaian terhadap Kualitas Layanan PLN	
	Cepat	Lambat/Kurang Cepat	Komunikatif	Tidak Komunikatif	Baik	Tidak Baik
Aceh	35,40%	64,60%	45,80%	54,20%	55,20%	44,80%
Bali	51,60%	48,40%	69,00%	31,00%	66%	34%
Bangka Belitung	62,70%	37,30%	73,20%	26,80%	73,20%	26,80%
Banten	60,7%	39,3%	69,1%	30,9%	64,7%	35,3%
DI Yogyakarta	66,60%	33,40%	72,80%	27,20%	63,60%	36,40%
DKI Jakarta	60,10%	39,90%	64,70%	35,30%	72,60%	27,40%
Jambi	29,30%	70,70%	36,80%	63,20%	34,20%	65,80%
Jawa Barat	48,93%	51,07%	66,15%	33,85%	70,65%	29,35%
Jawa Tengah	58,93%	41,07%	68,73%	31,27%	60,80%	39,20%
Jawa Timur	63,66%	36,34%	69,66%	30,34%	78,20%	21,80%
Kalimantan Selatan	49,50%	50,50%	73,20%	26,80%	56,30%	43,70%
Kalimantan Utara	37,60%	62,40%	46,60%	53,40%	58,40%	41,60%
Kepulauan Riau	49,60%	50,40%	59,20%	40,80%	64,20%	35,80%
Lampung	62,50%	37,50%	63,50%	36,50%	77,50%	22,50%
Maluku	33,20%	66,80%	38,20%	61,80%	37,30%	62,70%
Maluku Utara	20,50%	79,50%	24,50%	75,50%	26,30%	73,70%
Papua Tengah	51,40%	48,60%	64,60%	35,40%	51,40%	48,60%
Riau	47,90%	52,10%	51,20%	48,80%	58,20%	41,80%
Sulawesi Selatan	53%	47%	54,60%	45,40%	67%	33%
Sulawesi Tenggara	56,60%	43,40%	64,10%	35,90%	78,80%	21,20%
Sulawesi Utara	62,60%	37,40%	68,20%	31,80%	78,60%	21,40%
Sumatera Barat	25,70%	74,30%	58,60%	41,40%	66,60%	33,40%
Sumatera Selatan	48,60%	51,40%	43,00%	57,00%	67,20%	32,80%
Sumatera Utara	39,80%	60,20%	38,80%	61,20%	41,80%	58,20%

Gambar 1.2 Data Kepuasan Layanan PLN
Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Gambar 1.2 merupakan hasil survey BUMN terhadap *branding* PLN di Indonesia, penilaian terhadap respon layanan PLN di Bangka Belitung mencapai angka cepat 62,70%, dengan lambat atau kurang cepat 37,30%. Penilaian terhadap komunikasi layanan PLN mencapai angka komunikatif 73,20%, dengan tidak kurang komunikatif 26,80%. Penilaian kualitas layanan PLN mencapai angka baik 73,20%, dengan tidak baik 26,80% dari skala 100, dimana masih terdapat ketidakpuasan dari masyarakat terhadap respon dan kualitas layanan PLN.



Gambar 1.3 Berita Online Tanggapan Masyarakat Mengenai *Blackout*
Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Gambar 1.3 merupakan berita online dari Matabangka.com yang berjudul “Kinerja PLN UIW Babel jadi Sorotan Pemadaman Listrik Terjadi dari Pagi Hingga Malam”. Dikutip dari Matabangka.com, terdapat keluhan masyarakat melalui media sosial PLN UIW Bangka Belitung, yang beropini sebagai berikut:

“Negara lain lah ngurus kemane mane, yang di konoha agk ngurus listrik dk sedeh2 pejabat kantor e makan tidur onggang2 kaki menikmati hidup hasil anggaran negara” (Negara lain sudah ngurus kemana-mana, sedangkan di Indonesia masih ngurus listrik tidak ada kesudahan pejabat kantornya hanya makan tidur dan bersantai-santai menikmati hidup hasil anggaran negara, ”tutur akun facebook Bung Bung Jar (Haryoti, 2024).

Blackout aatau pemadaman listrik yang terjadi secara berulang kali membuat masyarakat beropini negatif terhadap PLN, bahkan terdapat lontaran kata “makan gaji dari hasil sumpah masyarakat” yang berarti “makan gaji dari hasil sumpah masyarakat” ujar akun Dino Adi Satria melalui kolom komentar *facebook* PLN Wilayah Bangka Belitung. Tegangan listrik yang dialirkan untuk kebutuhan masyarakat pada tahun 2024 periode Januari hingga Juni di pulau Bangka adalah 93.954,321 *megawatt hour* (MWh), sedangkan di pulau Belitung sebanyak 27.322,514 MWh. Dalam pengaliran listrik tersebut terdapat gangguan yang

menyebabkan seringnya terjadi pemadaman bergilir atau *blackout*, dikarenakan adanya gangguan pengoperasian kabel laut Sumatra-Bangka, serta adapun gangguan dalam pengoperasian Tegangan Menengah (TM). Hal tersebutlah yang menyebabkan pemadaman atau *blackout*, sehingga menciptakan persepsi negatif dan menyebabkan krisis reputasi.

Berkaitan dengan hal tersebut *public relations* PT. PLN (PERSERO) UIW Babel melakukan pemulihan citra. Pemulihan citra terbagi menjadi dua yaitu, pertama, pemulihan citra jangka pendek yang dimana hal ini dilakukan untuk melakukan tanggapan atas situasi krisis yang terjadi dengan cepat tanggap seperti melakukan klarifikasi atas permasalahan yang terjadi serta memberikan solusi, saran, dan kompensasi dalam permasalahan yang terjadi, kedua, pemulihan citra jangka panjang yang berfungsi dalam membangun reputasi perusahaan melalui strategi-strategi yang dapat berkelanjutan dalam membentuk pandangan positif masyarakat.

Strategi pemulihan citra yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) UIW Babel yaitu jangka pendek dan jangka panjang, dimana pemulihan citra jangka pendek dilakukan dengan cara melakukan klarifikasi resmi atas *blackout* (pemadaman listrik) yang terjadi kemudian melakukan kontrol kerusakan untuk segera memperbaiki permasalahannya. Selanjutnya pemulihan citra jangka panjang yang dilakukan dengan mengimplementasikan program-program TJSL. Dimana program yang telah diintervensikan yaitu *Electrifying Marine* di Desa Suak Gual Belitung sebagai strategi pemulihan citra perusahaan. Program *Electrifying Marine* merupakan perencanaan teknologi optimalisasi dengan memberikan bantuan berupa teknologi canggih yang memudahkan mata pencarian nelayan dalam menangkap ikan dengan meminimalisir bahan bakar solar yang dapat merusak

ekosistem laut serta biaya yang cukup mahal, dikarenakan mengingat Desa Suak Gual adalah kepulauan kecil yang berlokasi di pulau Belitung.



Gambar 1.4 Sosialisasi dan Penyerahan Bantuan TJSI Program *Electrifying Marine* di Desa Suak Gual Belitung
Sumber: TerabasNews.com

Gambar 1.4 merupakan intervensi program *Electrifying Marine* di Desa Suak Gual Belitung, dengan melakukan sosialisasi dan penyerahan bantuan program. Yang dimana dengan terimplementasikan program ini perlahan telah dapat mengubah pandangan masyarakat terhadap PLN Babel. Sehingga hal tersebut menghasilkan pemulihan citra, dikarenakan intervensi program tersebut telah membantu masyarakat dalam meningkatkan produktivitas pada sektor perikanan dengan menggunakan biaya yang lebih efisien. Selain hal tersebut, program ini bekesinambungan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang sangat mendukung energi bersih serta kelestarian laut. Pemulihan citra yang dilakukan oleh *public relations* dikemas melalui media massa dengan membingkai citra positif, guna mengelola persepsi masyarakat terhadap kegiatan positif yang dilakukan oleh perusahaan.

Pemulihan citra yang dilakukan oleh *public relations* PT. PLN (PERSERO) UIW Babel dapat dianalisis dengan menggunakan *image restoration theory* yang dikembangkan oleh William L. Benoit. Dimana teori ini digunakan untuk menganalisis suatu perusahaan maupun organisasi dalam menghadapi krisis

reputasi guna melakukan pemulihan kerusakan citra. *Image restoration theory* memanfaatkan kritik retorik terhadap permintaan maaf untuk digunakan dalam pemulihan citra perusahaan.

Melalui teori tersebut peneliti memilih PT. PLN (PERSERO) UIW Babel sebagai objek penelitian untuk menganalisis strategi pemulihan citra yang diakibatkan oleh krisis reputasi menggunakan *image restoration theory*. Hal ini dikarenakan peneliti merasa bahwasanya PLN UIW Babel telah dapat melakukan pemulihan citra melalui implementasi program-program kerja yang berdampak dan dapat membantu permasalahan ekonomi masyarakat dengan adanya program *Electrifying Marine* dari PT. tersebut. Dimana hal tersebut perlahan dapat memulihkan citra dengan mengoptimalkan kemajuan teknologi. Oleh karena hal tersebut peneliti ingin membahas mengenai "Penerapan *Image Restoration Theory* Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Unit Induk Wilayah Bangka Belitung" dengan menganalisis program *Electrifying Marine* yang diintervensikan pada Desa Suak Gual Belitung, yang bertujuan sebagai strategi komunikasi dalam pemulihan citra perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode deskriptif kualitatif.

Metode deskriptif kualitatif merupakan metode yang lebih mengarah kepada pengamatan mendalam. Dengan judul yang mengarah dan bertujuan kepada penerapan *image restoration theory* dalam melakukan pemulihan citra. Dalam penelitian ini membutuhkan analisis melalui metode yang tepat agar menghasilkan pengamatan berupa hasil yang lebih komprehensif, hasil dari metode ini juga akan berbentuk tulisan atau lisan yang diamati dari orang lain, sehingga dapat menjawab berbagai pertanyaan – pertanyaan dari apa yang ingin diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat maka terciptalah rumusan masalah, yang akan dibahas, seperti berikut: “Bagaimana penerapan *Image Restoration Theory* pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Unit Induk Wilayah Bangka Belitung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dapat dilihat dari Rumusan Masalah yang telah dibuat maka tujuan penelitiannya yaitu, untuk dapat mengetahui penerapan *Image Restoration Theory* pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PERSERO) Unit Induk Wilayah Bangka Belitung.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan maka dari itu peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan masukan, saran, serta referensi terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi, terutama dalam bidang *Public Relations* (PR) yang menjadi konsentrasi ilmu peneliti.
- b. Mengembangkan strategi-stragi penerapan *Image Restoration Theory* dalam suatu instansi.
- c. Hasil penelitian ini dapat menjadi saran serta referensi yang bermanfaat dalam melakukan penelitian serupa.
- d. Memperluas referensi mata kuliah Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan *Image Restoration Theory*.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a Menyajikan mengenai gambaran strategi-strategi penerapan *Image Restoration Theory* dalam membantu pemulihan citra.
- b Memberikan Pertimbangan dan saran terhadap suatu instansi dalam melakukan pemulihan citra.
- c Hasil dari penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi perusahaan-perusahaan dalam melakukan strategi pemulihan citra.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeloye, D., & Carr, N. (2019). Terrorism and tourism recovery cases. In *Positive Tourism in Africa* (pp. 197–210). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429428685-17>
- Agustika, S. (2024). *Jaringan PLN di Sumatera Gangguan, Listrik di Pulau Bangka Kena Dampak Pemadaman*.
https://belitung.tribunnews.com/2024/06/04/jaringan-pln-di-sumatera-gangguan-listrik-di-pulau-bangka-kena-dampak-pemadaman?lgn_method=google&google_btn=onetap
- Alim, A. (2024). *Soal Pemadaman Listrik PLN, DPRD Sumsel Ungkap Kecewaannya Begini*. <https://relung.id/soal-pemadaman-listrik-pln-dprd-ungkap-kecewaannya-begini/>
- Andarini, R. S., Pratiwi, M., Setiyowati, R., & Santoso, A. D. (2023). Indonesian public officials after erroneous statements about COVID-19: An application of image restoration theory. *Frontiers in Political Science*, 4.
<https://doi.org/10.3389/fpos.2022.1062237>
- Babelaktual. (2024). *Byar Pet Lagi..Pemadaman Bergilir Lagi, Ada Apa Dengan PLN Bangka?* <https://www.babelaktual.com/byar-pet-lagi-pemadaman-bergilir-lagi-ada-apa-dengan-pln-bangka/>
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2015). *Thomas S. Bateman*.
- Benoit, W. L. (1994). *Accounts, excuses, and apologies : a theory of image restoration strategies*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:141961120>
- Benoit, William, L. (2015). *Excuses , and. 2nd Editio*, 153.

- Brønn, C., & Brønn, P. S. (2015). A systems approach to understanding how reputation contributes to competitive advantage. *Corporate Reputation Review*, 18(2), 69–86. <https://doi.org/10.1057/crr.2015.5>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=Pz5RvgAACAAJ>
- Dahnur, H. (2024). *Sebagian Wilayah Bangka Gelap Gulita, Sinyal Terganggu*. https://regional.kompas.com/read/2024/06/04/194702578/sebagian-wilayah-bangka-gelap-gulita-sinyal-terganggu?lgn_method=google&google_btn=onetap
- Denzin, k norman, & Lincoln, S. Y. (2018). The SAGE Handbook of Qualitative Research. In *Synthese* (Vol. 195, Issue 5). <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>
- Dumont, G. (2018). The labor of reputation building: Creating, developing and managing individual reputation. *Consumption Markets and Culture*, 21(6), 515–531. <https://doi.org/10.1080/10253866.2017.1373253>
- Haryoti, D. (2024). *Kinerja PLN UIW Babel jadi Sorotan, Pemadaman Listrik Terjadi dari Pagi Hingga Malam*. Matabangka.Com. <https://bangka.pikiran-rakyat.com/bangka-belitung/pr-2798172409/kinerja-pln-uiw-babel-jadi-sorotan-pemadaman-listrik-terjadi-dari-pagi-hingga-malam?page=all>
- Ismunadi, M. (2024). *437.789 Pelanggan PLN di Bangka Terdampak Gangguan SUTET di Sumatera, Ini Kronologis Pemulihannya*. https://bangka.tribunnews.com/2024/06/05/437789-pelanggan-pln-di-bangka-terdampak-gangguan-sutet-di-sumatera-ini-kronologis-pemulihannya?lgn_method=google&google_btn=onetap
- Jones, G.R. and George, J. (2019). *Essentials of Contemporary Management, Second Edition*.
- Jozkowski, A. C. (2017). Reason & Rigor: How Conceptual Frameworks Guide Research, 2nd Edition (2017). *Occupational Therapy In Health Care*, 31(4), 378–379. <https://doi.org/10.1080/07380577.2017.1360538>
- Julian. (2024). *Gangguan Listrik Sistem Sumatera, PLN Babel Bergerak Cepat Pulihkan Gangguan*. <https://babelpos.disway.id/read/664842/gangguan-listrik-sistem-sumatera-pln-babel-bergerak-cepat-pulihkan-gangguan>
- Komodromos, M., & Melanthiou, Y. (2014). Corporate Reputation Through Strategic Corporate Social Responsibility: Insights From Service Industry Companies. *Journal of Promotion Management*, 20(4), 470–480. <https://doi.org/10.1080/10496491.2014.930284>
- Lee, C. Y. (2019). Does Corporate Social Responsibility Influence Customer Loyalty in the Taiwan Insurance Sector? The role of Corporate Image and

- Customer Satisfaction. *Journal of Promotion Management*, 25(1), 43–64.
<https://doi.org/10.1080/10496491.2018.1427651>
- Liat, C. B., Mansori, S., Chuan, G. C., & Imrie, B. C. (2017). Hotel Service Recovery and Service Quality: Influences of Corporate Image and Generational Differences in the Relationship between Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Global Marketing*, 30(1), 42–51.
<https://doi.org/10.1080/08911762.2016.1262932>
- Maharani, N. (2024). *Manajemen Krisis Diskominfo Kota Jambi Untuk Membantu Pemerintah Kota Jambi Dalam Kasus Viral Siswi SMP Kritik Pemkot Jambi*.
- Miles, B. M., Huberman, M. A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*.
- MUSTAFA, A., Kholil, S., & Sazali, H. (2023). Strategi komunikasi image restoration mantan narapidana kasus narkoba di Aceh Tengah. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7(3), 994–1011. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i3.6209>
- Nadila, S. L. (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). *PRecious: Public Relations Journal*, 1(2), 218–245.
<https://doi.org/10.24246/precious.v1i2.5074>
- Neuman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30, Issue 3).
<https://doi.org/10.2307/3211488>
- Nita, C. N. (2023). *Rektor UnMuh Soroti Masalah Kelistrikan di Bangka Belitung, Ungkap Ketidaknyamanan Masyarakat*. BANGKAPOS.Com.
<https://bangka.tribunnews.com/2023/11/16/rektor-unmuh-soroti-masalah-kelistrikan-di-bangka-belitung-ungkap-ketidaknyamanan-masyarakat>
- Pratiwi, M., Andarini, , Rindang Senja, Setiyowati, R., & Santoso, A. D. (2022). Visualisation of image restoration for Indonesian public officials during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(3), 885–902.
<https://doi.org/10.25139/jsk.v6i3.4971>
- Pratiwi, M., Sestri, F., Muchammad, M., & Yusa, Y. (2022). *Crisis Management and Communication : Sriwijaya Air Sjl82 Crash Flight*. 672(Imc 2021), 73–81.
- Putra, A. D. (2024). *Kejadian Blackout di Sumatra: PLN Tak Belajar dari Kasus 2019*. <https://tirto.id/kejadian-blackout-di-sumatra-pln-tak-belajar-dari-kasus-2019-gZtj>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(7), 700–701. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Slatter, S. S. P. (2021). Strategic planning for public relations. In *Long Range Planning* (Vol. 13, Issue 3). [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(80\)90124-7](https://doi.org/10.1016/0024-6301(80)90124-7)
- Terabasnews. (2024). *Dukung Program Kementerian Kelautan dan Perikanan, PLN Salurkan Bantuan TJSI Electrifying Marine Kampung Nelayan Maju*. TerabasNews.Com. <https://terabasnews.com/2024/05/01/dukung-program-kementerian-kelautan-dan-perikanan-pln-salurkan-bantuan-tjsi-electrifying-marine-kampung-nelayan-maju/>
- Thimothy, W. C. (2021). *Ongoing Crisis Communication* (Issue 112).
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. In *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Vol. 53, Issue 5). <https://doi.org/10.1177/109634809702100108>
- Yogie Alwatan. (2023). Komunikasi Krisis Polri: Strategi Image Repair Polri Dalam Tragedi Kanjuruhan. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 12(1), 1–9. <https://doi.org/10.35457/translitera.v12i1.2694>