



STRATEGI RESPONS KRISIS PEMERINTAH TERHADAP KASUS AKSI DEMONSTRASI TUNJANGAN DPR (ANALISIS ISI KUANTITATIF PADA PEMBERITAAN MEDIA)

Shafira Ayyu Listia Azizah¹, Dian Purworini¹

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi respons krisis yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam menangani kasus demonstrasi yang berkaitan dengan kebijakan tunjangan anggota DPR. Menggunakan pendekatan Situational Crisis Communication Theory (SCCT), penelitian ini dilakukan dengan metodologi analisis isi kuantitatif deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini diambil melalui setiap berita yang dipublikasikan di media berita selama periode Agustus hingga September 2025. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pemerintah dalam menghadapi krisis menggunakan strategi attack the accuser sebesar 20%, scapegoat sebesar 20%, compensation sebesar 20%, reminder sebesar 15%, justification sebesar 12,5%, dan ingratiation sebesar 12,5%. Sedangkan strategi denial, excuse, apology, dan victimage tidak ditemukan dalam berita tersebut. Dari hasil uji perbedaan, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam penggunaan strategi respons di berbagai media, di mana pemerintah cenderung menggabungkan strategi defensif dan akomodatif untuk meminimalkan tanggung jawab sekaligus mengurangi eskalasi. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman mengenai dinamika respon pemerintah saat menghadapi tekanan publik dan berfungsi sebagai acuan bagi pemerintah dalam mengelola reputasi selama situasi konflik kebijakan.

Kata Kunci: Strategi Respon; Krisis; SCCT; Analisis Isi.

Abstract

This study discusses the crisis response strategies employed by the Indonesian government in handling demonstrations related to the policy on allowances for members of the House of Representatives. Using the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) approach, this study was conducted using a descriptive quantitative content analysis methodology. The units of analysis in this study were taken from every news item published in the media during the period from August to September 2025. The results show that in facing the crisis, the government used the attack the accuser strategy 20% of the time, scapegoat 20%, compensation 20%, reminder 15%, justification 12.5%, and ingratiation 12.5%. Meanwhile, the denial, excuse, apology, and victimization strategies were not found in the news. From the difference test results, it can be concluded that there is no significant difference in the use of response strategies in various media, where the government tends to combine defensive and accommodative strategies to minimize responsibility while reducing escalation. The results of this study provide an understanding of the dynamics of government responses when facing public pressure and serve as a reference for the government in managing its reputation during policy conflicts.

Keywords: Response Strategy; Crisis; SCCT; Content Analysis.

¹ Universitas Muhammadiyah Surakarta, Corresponding author: 1100220017@student.ums.ac.id

PENDAHULUAN

Krisis bisa muncul dari faktor internal atau eksternal yang kemudian menimbulkan ketidakpastian dan ambiguitas informasi yang berarti. Krisis dapat didefinisikan sebagai ancaman yang datang secara tiba-tiba, sehingga suatu organisasi atau perusahaan perlu tetap siaga untuk menanggapi kemungkinan terjadinya krisis (Aji & Purworini, 2024). Krisis adalah situasi darurat atau tak terduga yang berpotensi membahayakan reputasi dan kesinambungan suatu organisasi (Asrori, 2025). Dampak yang ditimbulkan oleh krisis tidak hanya dapat menimbulkan kerusakan pada citra dan reputasi informasi, tetapi juga dapat mengganggu fungsionalitas di dalamnya. Oleh karena itu, komunikasi krisis yang efisien dan terarah sangat penting untuk mengendalikan persepsi publik dan memperkuat kepercayaan masyarakat (Stevani, 2025).

Pemerintahan sering menghadapi krisis, baik yang terjadi secara mendadak maupun yang dapat diprediksi, seperti bencana alam, perselisihan sosial, atau kebijakan yang menuai perdebatan (Cempaka et al., 2021). Pemerintah perlu memiliki tingkat ketanggapan yang tinggi dan strategi komunikasi krisis yang menyeluruh. Menurut penelitian (Amin et al., 2024) strategi komunikasi krisis yang berhasil yaitu mencakup identifikasi krisis, analisis situasi, dan pemilihan strategi seperti justification, excuse, compensation, apology, dan victimage. Masalah yang paling sering dihadapi adalah minimnya keterbukaan dan kejelasan dalam proses komunikasi, yang justru memperparah kondisi ketika terjadi krisis.

Kemajuan teknologi dan media digital juga mengubah wajah komunikasi krisis. Media sosial saat ini berfungsi sebagai saluran utama untuk penyebaran informasi dan pandangan publik, sehingga strategi komunikasi pemerintah perlu bersifat adaptif dan interaktif (Hakiki et al., 2024). Penyebaran informasi yang cepat dapat mempercepat proses peningkatan atau penurunan eskalasi krisis. Sementara itu, interaktivitas yang ditawarkan oleh media memberikan kesempatan bagi pemerintah untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat, mengatur persepsi dan menciptakan dialog yang konstruktif (Riyadi, 2025). Namun, tantangan dari penyebaran informasi yang salah dan negatif harus tetap dihadapi dengan respons yang cepat dan adaptif. Pada Akhir bulan Agustus 2025, aksi demonstrasi besar terjadi di depan gedung DPR RI, Senayan, Jakarta Pusat. Protes tersebut dipicu oleh kebijakan pemerintah terkait tunjangan DPR yang terjadi di saat

masyarakat sedang menghadapi kondisi ekonomi yang sulit (Bestari, 2025). Ribuan orang dari berbagai latar belakang, termasuk pekerja, mahasiswa, dan warga biasa, turut serta dalam protes tersebut untuk menuntut pembatalan kebijakan tunjangan DPR, transparansi pendapatan pejabat, dan pembatalan kenaikan gaji DPR (Putri, 2025). Demonstrasi pada 25 Agustus 2025 berubah menjadi ricuh. Bentrokan antara aparat keamanan dan para aksi unjuk rasa memicu ketegangan, adanya penggunaan gas air mata, dan meriam air (Faturrahman, 2025).

Demonstrasi berlanjut pada 28 Agustus 2025 dengan kelompok buruh menuntut kebijakan ketenagakerjaan yang lebih baik dan upah minimum yang lebih sesuai (Nugroho, 2025). Sementara mahasiswa kembali menggelar demonstrasi menuntut kebijakan lain yang berdampak negatif bagi masyarakat. Keadaan memuncak pada malam hari ketika Affan Kurniawan, seorang pengemudi ojek online, ditabrak oleh kendaraan taktis Brimob. Solidaritas atas kematian Affan memicu protes lanjutan pada 29 Agustus, yang kembali berujung pada kekacauan dan bentrokan antara masyarakat dan aparat keamanan (Fadhilah, 2025).

Setelah banyaknya protes dari masyarakat melalui demonstrasi dan terjadi bentrokan hingga menewaskan rakyat, pada 29 Agustus 2025, Presiden Prabowo Subianto menyampaikan pernyataan melalui pidato di media terkait demonstrasi yang terjadi baru-baru ini. Termasuk insiden tragis di mana seorang pengemudi ojek online bernama Affan Kurniawan meninggal dunia setelah ditabrak kendaraan rantis yang digunakan aparat (Yaputra, 2025). Dalam pernyataannya, Presiden menyampaikan belasungkawa dan simpati yang mendalam kepada keluarga korban dan seluruh rakyat Indonesia, ia juga menegaskan bahwa kasus ini akan diusut secara jujur dan terbuka serta siapa saja yang bertanggung jawab harus diberikan sanksi sesuai hukum yang berlaku (Yanwardhana, 2025).

Pada tanggal 31 Agustus 2025, Presiden Prabowo Subianto kembali menyampaikan pernyataan resmi melalui konferensi pers bersama pimpinan-pimpinan lembaga negara dan ketua umum partai politik (Nazaruddin, 2025). Dalam pernyataan tersebut Presiden mengajak masyarakat untuk tetap tenang dan percaya kepada pemerintah dalam menghadapi aksi demonstrasi yang sedang berlangsung, Presiden juga menegaskan bahwa Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI akan segera mencabut kebijakan mengenai tunjangan bagi anggotanya (Karina & Kamil, 2025). Meluasnya informasi mengenai insiden dalam demonstrasi di media sosial menunjukkan betapa cepatnya isu-isu krisis dapat menyebar dan membentuk opini publik di era digital (Apriyani, 2021). Penyebaran video yang viral dari berbagai platform telah meningkatkan tekanan kepada pemerintah untuk merespons secara transparan dan akuntabel. Hal ini sejalan

dengan temuan penelitian yang menunjukkan bagaimana komunikasi krisis pemerintah yang tidak responsif atau tidak transparan dapat memperburuk sentimen negatif, memperkuat narasi media yang kritis, dan mengurangi kepercayaan publik. (Hyland Wood et al., 2021).

Selain itu, apabila respons pemerintah tidak responsif dan transparan, maka potensi kerusakan reputasi semakin besar karena publik dapat menafsirkan kelemahan tersebut sebagai tanda kelemahan legitimasi institusi (Irhamdhika et al., 2025). Dalam situasi seperti ini, pemerintahan dituntut tidak hanya merespons secara reaktif, tetapi juga merancang strategi manajemen krisis jangka panjang yang mengedepankan keterbukaan, akuntabilitas, dan dialog publik. Hal ini menjadi alasan mengapa penelitian mengenai respon krisis pada pemerintah ini perlu dilakukan. Salah satu teori relevan terkait komunikasi krisis adalah *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Teori ini menekankan pentingnya memilih strategi komunikasi yang sesuai dengan tingkat tanggung jawab yang diasosiasikan publik terhadap suatu organisasi atau pemerintah selama krisis, serta perlunya mempertimbangkan emosi publik seperti kemarahan moral ketika merespons krisis yang sedang berlangsung (Niu et al., 2025). Menurut Coombs (2007) strategi respons SCCT untuk menangani krisis meliputi deny (penyangkalan), diminish (pengurangan), rebuild (pembangunan kembali), dan bolstering (penguatan).

Penelitian sebelumnya telah banyak menjabarkan mengenai strategi komunikasi krisis pemerintah dalam menghadapi berbagai bentuk krisis. Penelitian oleh Aziz (2020) menggunakan strategi komunikasi krisis rebuilding yang menekankan apologia serta kompensasi dalam membangun kembali kepercayaan publik setelah terjadinya krisis pada masa pandemi Covid-19, Lalu penelitian lain yang dilakukan oleh Saleh & Abu Thalib (2021) menggunakan strategi komunikasi krisis rebuild dan bolstering dimana dilakukan transparansi informasi serta mengingatkan kontribusi pemerintah selama krisis untuk menjaga kepercayaan publik. Berdasarkan penelitian sebelumnya, respons krisis yang diambil pemerintah atau organisasi dapat sangat berbeda-beda tergantung pada jenis krisis, tingkat tanggung jawab, serta karakteristik audiens yang dihadapi (Niu et al., 2025).

Penelitian krisis sebelumnya meneliti krisis yang terjadi dikarenakan faktor eksternal yaitu berupa bencana alam nasional (Song et al., 2025 ; Casal-ribeiro & Peres, 2025). Studi ini berfokus pada strategi yang digunakan untuk mengomunikasikan risiko dan merespons krisis melalui media sosial dan saluran komunikasi publik. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengkaji krisis internal, khususnya demonstrasi yang dipicu akibat kebijakan yang dimana berkaitan dengan dinamika sosial dan politik di dalam pemerintahan. Kejadian

demonstrasi ini dikategorikan sebagai krisis karena berpotensi merusak reputasi pemerintah, memicu eskalasi protes, serta menuntut respons yang transparan dan akuntabel (Ramadhani et al., 2021). Hal ini diperkuat dengan penelitian milik Gumbi & Baba (2024) yang menyatakan bahwa saat aksi yang dilakukan mulai mengganggu aktivitas sosial dan ekonomi, memicu kekacauan dan kekerasan, serta penggunaan alat oleh aparat, maka situasi tersebut memenuhi kriteria krisis karena mengancam stabilitas dan fungsi institusional pemerintah. Demonstrasi ini menimbulkan tantangan bagi pemerintah dalam menjaga citra dan kepercayaan publiknya. Persepsi publik sangat dipengaruhi oleh sikap dan kebijakan pemerintah dalam merespons peristiwa semacam itu (Sari et al., 2025).

Selain itu penelitian ini memberikan kebaruan yang signifikan dengan memetakan bagaimana demonstrasi terkait tunjangan DPR menjadi krisis bagi pemerintah melalui analisis isi kuantitatif dalam pemberitaan media yang menilai bagaimana liputan media merepresentasikan respons pemerintah sesuai dengan strategi deny, diminish, rebuild, dan bolstering. Pemberitaan media dipilih sebagai sumber penelitian karena merupakan sumber informasi utama bagi publik, memiliki jangkauan yang luas, menyebarkan informasi dengan cepat, dan membantu membentuk opini publik secara langsung (real-time), terutama dalam konteks respons krisis pemerintah (Dylian et al., 2025).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi respons pemerintah dalam menangani kasus aksi demonstrasi yang diberitakan di media pada periode bulan Agustus hingga September 2025. Penelitian ini mengkaji strategi respons krisis pemerintah melalui perspektif *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi respon krisis pemerintah terhadap kasus aksi demonstrasi tunjangan DPR dalam pemberitaan media.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi untuk menelaah strategi respon krisis pemerintah dalam pemberitaan media berita online terkait demonstrasi kenaikan tunjangan DPR. Analisis isi kuantitatif dipilih karena mampu mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mengukur frekuensi kemunculan kategori pesan atau strategi komunikasi tertentu dalam teks berita secara sistematis dan objektif (Surahmat et al., 2021). Pendekatan ini relevan untuk menilai pola, kecenderungan, dan perbedaan strategi

komunikasi krisis yang digunakan pemerintah terkait isu demonstrasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi respon krisis pemerintah dalam kasus aksi demonstrasi tunjangan DPR berdasarkan penerapan Teori SCCT yang terdapat dalam pemberitaan media. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemberitaan media yang membahas kasus respon pemerintah terhadap Aksi demonstrasi Tunjangan DPR.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu memilih berita yang secara eksplisit memuat pernyataan, respons, atau strategi komunikasi pemerintah terkait kasus aksi demonstrasi Tunjangan DPR Dalam periode 25 Agustus – 30 September 2025. Pemilihan rentang waktu penelitian antara 25 Agustus hingga 30 September 2025 didasarkan pada periode waktu yang signifikan dalam perkembangan kasus aksi demonstrasi Tunjangan DPR, sehingga memberikan gambaran yang jelas dan lengkap mengenai pernyataan, respons, dan strategi komunikasi pemerintah yang muncul selama waktu tersebut. Kriteria inklusi meliputi berita utama, opini, dan laporan khusus yang menyoroti respons atau pernyataan pemerintah terhadap demonstrasi. Maka telah diperoleh populasi sebanyak 45 berita mengenai respon pemerintah terhadap kasus aksi demonstrasi tunjangan DPR. Lalu selanjutnya sampel akan dihitung menggunakan rumus yamane sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

- n : Total keseluruhan populasi
- N : Jumlah sampel yang akan di teliti
- d : Tingkat kesalahan

Perhitungan ukuran sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{45}{1 + 45 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{45}{1 + 45 (0,025)}$$

$$n = \frac{45}{1,1125}$$

$$n = 40,44$$

Perhitungan di atas menggunakan rumus Yamane untuk menentukan jumlah sampel dari total 45 berita dengan tingkat kesalahan 5%. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai $n = 40,44$ yang kemudian dibulatkan menjadi 40 sehingga jumlah berita yang dianalisis dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 40 berita. Jumlah tersebut dianggap sudah mewakili

keseluruhan populasi berita dan layak digunakan sebagai sampel dalam analisis isi yang akan dilakukan.

Analisis penelitian akan dipaparkan melalui bentuk deskriptif frekuensi untuk menggambarkan variabel tanpa adanya hubungan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan unit analisis pencatatan tematik. Unit pencatatan ini penting karena terkait dengan bagian-bagian yang dianalisis, dihitung, dan dicatat dalam studi. Penentuan unit analisis menentukan bagian mana dari teks yang akan diteliti, dan pada akhirnya mempengaruhi hasil atau temuan penelitian (Prasetyo & Chasana, 2023). Dalam penelitian ini unit analisis yang dipilih yaitu kutipan mengenai pernyataan maupun respon pemerintah terkait aksi demonstrasi Tunjangan DPR yang dipublikasikan dalam pemberitaan media. Setiap berita diambil satu pernyataan atau tanggapan dari pihak pemerintah yang akan dijadikan sampel. Kemudian sampel tersebut akan diklasifikasikan berdasarkan dengan kategori yang ada dalam Teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

Selanjutnya data yang terkumpul dalam penelitian ini akan dilakukan uji validitas. Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengevaluasi isi suatu instrumen (Dadi Ramdani, 2023). Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi. Validitas isi digunakan untuk menentukan sejauh mana instrumen mampu mengukur konsep yang ingin diteliti, sehingga data yang dihasilkan benar-benar mencerminkan realitas yang diteliti. Kemudian, uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Antar-Coder rumus Holsti yaitu:

$$\text{Reabilitas Antar Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

- M = Jumlah coding yang sama antara coder
- $N1$ = Total coding coder pertama
- $N2$ = Total coding coder kedua

Dalam rumus holsti, suatu data dapat dinyatakan reliable jika nilainya mencapai lebih dari 70% atau 0,7. Dalam penelitian ini uji reabilitas tidak menyertakan keseluruhan sampel, mengikuti anjuran Neuendorf yang termuat dalam Eriyanto (2011), yang mengemukakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan pada minimal 10% dari keseluruhan populasi. Coder pertama yaitu peneliti, sedangkan coder kedua yaitu Mila Suhari, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2022. Selanjutnya analisis data akan menggunakan analisis deskriptif untuk memberikan penjelasan atas hasil penelitian yang ditemukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Pada tahap awal penelitian, peneliti melakukan uji validitas untuk menilai keabsahan alat ukur. Penelitian ini menggunakan validitas isi (content validity) dengan cara menguji alat ukur berupa strategi respons dalam kerangka *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

Adapun strategi respons dalam teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) telah digunakan dalam sejumlah penelitian terdahulu. Salah satunya adalah penelitian milik Aurelia (2025) yang membahas strategi komunikasi krisis dalam kasus kontroversi jersey Tim Nasional Indonesia, yang menggunakan SCCT sebagai kerangka analisis strategi respons krisis. Penelitian lain dilakukan oleh Sarjana (2025) yang menganalisis strategi respons krisis Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam pemberitaan media online dengan memanfaatkan kategori strategi respons SCCT sebagai alat ukur dalam analisis isi kuantitatif.

Berdasarkan penerapan teori SCCT dalam berbagai konteks penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa alat ukur strategi respons dalam teori SCCT memiliki tingkat validitas yang baik karena telah digunakan dan diakui dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Eriyanto (2011) yang menyatakan bahwa dalam validitas isi, semakin sering suatu alat ukur digunakan dan diakui oleh komunitas ilmiah, maka tingkat validitas alat ukur tersebut akan semakin tinggi.

Uji Reabilitas

Pada tahap berikutnya, peneliti melakukan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu menghasilkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode intercoder reliability. Proses pengodean dilakukan oleh dua coder, yaitu peneliti sebagai coder pertama dan Mila Suhari, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2022, sebagai coder kedua.

Uji intercoder tidak dilakukan pada seluruh sampel, melainkan hanya pada 4 artikel berita yang dipilih sebagai bahan pengujian. Hasil penilaian kedua coder tersebut disajikan dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Coder

No.	Tanggal Berita	Coder I	Coder II	S/TS
1.	29 Agustus 2025	3	3	S
2.	31 Agustus 2025	3	5	TS
3.	30 Agustus 2025	8	8	S
4.	31 Agustus 2025	2	2	S
Total S = 3, TS = 1				
Reabilitas = $2M / (N1+N2) = 2 (3) / 4 + 4 = 6 / 8 = 0,75$				

Berdasarkan hasil intercoder yang dilakukan, diperoleh hasil Setuju (S) = 3, dan Tidak setuju (TS) = 1. Selanjutnya dilakukan Uji Reabilitas, $2M / (N1+N2) = 2 (3) / 4 + 4 = 6 / 8 = 0,75$ atau 0,75%. Rumus Holsti menyatakan bahwa sebuah data dapat dikatakan reliabel jika nilai reliabilitasnya melebihi batas minimum yaitu 0,7 atau 70%. Hasil uji data yang dilakukan diatas telah melebihi batas minimum yang ditetapkan, oleh karena itu data ini ditetapkan reliabel sesuai dengan ketentuan yang ada pa Rumus Holsti.

Pembahasan

Analisis Data

Berdasarkan sampel yang telah di peroleh, peneliti menggunakan deskriptif statistik dalam menganalisis data. Peneliti mengkategorikan strategi respon SCCT yang termuat dalam pemberitaan media berdasarkan dengan pedoman pengkategorian respon SCCT. Selanjutnya data yang telah diperoleh disajikan dengan menggunakan tabel frekuensi untuk memudahkan pembaca dalam melihat hasil data yang telah diperoleh. Hasil distribusi frekuensi dapat dilihat dalam Tabel 2. dibawah ini:

Table 2. Distribusi Frekuensi Strategi Respon SCCT

Strategi	Jenis Strategi	Frekuensi	Presentase
Deny	<i>Denial</i>	0	0%
	<i>Attack The Accuser</i>	8	20%
	<i>Scapegoat</i>	8	20%
Diminish	<i>Excuse</i>	0	0%
	<i>Justification</i>	5	12,5%
Rebuild	<i>Apology</i>	0	0%
	<i>Compensation</i>	8	20%
Bolsterling	<i>Reminder</i>	6	15%
	<i>Ingratiation</i>	5	12,5%
	<i>Victimage</i>	0	0%
Total		40	100%

Berdasarkan tabel yang telah disajikan, diketahui bahwa strategi Attack the Accuser muncul sebanyak 8 berita dengan persentase 20%. Strategi Scapegoat juga ditemukan pada 8 berita dengan persentase 20%. Selanjutnya, strategi Compensation muncul pada 8 berita dengan persentase yang sama yaitu 20%. Strategi Justification tercatat digunakan dalam 5 berita dengan persentase 12,5%. Strategi Ingratiation juga muncul pada 5 berita dengan persentase 12,5%. Selain itu, strategi Reminder ditemukan pada 6 berita atau sebesar 15% dari keseluruhan pemberitaan. Adapun strategi Denial, Excuse, Apology, dan Victimage tidak ditemukan dalam pemberitaan media yang di analisis.

Berdasarkan data hasil temuan peneliti, peneliti melakukan pengolahan data dengan uji statistik menggunakan IBM Statistic versi 23. Pertama peneliti melakukan uji F yaitu meliputi mean, median, modus, dan standar deviasi. Hasil uji dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji SPSS

N	Valid	40
	Missing	0
Mean		5.3500
Median		5.0000
Mode		2.00 ^a
Std. Deviation		2.60719

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Hasil output uji statistik menunjukkan bahwa strategi respon yang digunakan oleh pemerintah dalam krisis ini diperoleh nilai mean sejumlah 5,35 lalu nilai median sejumlah 5, nilai mode sejumlah 2, dan nilai standar deviasi 2,60. Berdasarkan nilai standar deviasi menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai mean ($2,60 < 5$). Sehingga dapat dinyatakan bahwa strategi respon yang dilakukan oleh pemerintah tidak variatif.

Selanjutnya juga dilakukan uji frekuensi dengan menggunakan SPSS versi 27. Hasil output uji statistik menunjukkan bahwa data yang digunakan semuanya telah lengkap berjumlah sebanyak 40 berita. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa data yang sudah terinput valid 100%. Tabel output statistik dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Frekuensi SCCT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<i>Attack The Accuser</i>	8	20.0	20.0	20.0
	<i>Scapegoat</i>	8	20.0	20.0	40.0
	<i>Justification</i>	5	12.5	12.5	52.5

	<i>Compensation</i>	8	20.0	20.0	72.5
	<i>Reminder</i>	6	15.0	15.0	87.5
	<i>Ingratiation</i>	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber: Olah data SPSS, 2026

Selanjutnya dilakukan uji Chi-Square yang digunakan untuk melihat bagaimana penggunaan strategi komunikasi krisis pemerintah dalam merespon kasus aksi demonstrasi terkait tunjangan DPR yang muncul dalam pemberitaan media. Sebelum membaca dan menafsirkan hasil output uji Chi-Square, peneliti terlebih dahulu merumuskan hipotesis penelitian sebagai dasar pengujian statistik, yaitu, H0: Tidak terdapat perbedaan rata-rata signifikan dalam pemberitaan media mengenai kasus aksi demonstrasi tunjangan DPR, dan H1: Terdapat perbedaan rata-rata signifikan dalam pemberitaan media mengenai kasus aksi demonstrasi tunjangan DPR. Sebagai tahap awal, ditampilkan terlebih dahulu hasil distribusi strategi komunikasi krisis berdasarkan data pengkodean pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Strategi Komunikasi Krisis SCCT

Observe N		Expected N	Residual
<i>Attack The Accuser</i>	8	6.7	1.3
<i>Scapegoat</i>	8	6.7	1.3
<i>Justification</i>	5	6.7	-1.7
<i>Compensation</i>	8	6.7	1.3
<i>Reminder</i>	6	6.7	-.7
<i>Ingratiation</i>	5	6.7	-1.7
Total	40		

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa seluruh kategori strategi memiliki selisih (residual) yang relatif kecil antara frekuensi aktual dan frekuensi harapan. Strategi *Attack the Accuser*, *Scapegoat*, dan *Compensation* muncul sedikit di atas nilai harapan, sedangkan *Justification* dan *Ingratiation* sedikit di bawah nilai harapan. Strategi *Reminder* berada paling dekat dengan nilai expected. Perbandingan antara nilai observed dan expected menunjukkan bahwa selisih kemunculan pada masing-masing kategori relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa distribusi strategi respons pemerintah dalam pemberitaan media tidak menunjukkan ketimpangan yang signifikan. Untuk memastikan apakah perbedaan tersebut bermakna secara

statistik, selanjutnya dilakukan pengujian menggunakan uji Chi-Square. Berikut output uji Chi-Square yang ada pada tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji *Chi-Square* Strategi Komunikasi Krisis SCCT

Kode Strategi	
<i>Chi-Square</i>	1.700 ^a
df	5
<i>Asymp. Sig.</i>	.889

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 6 digunakan aturan dasar pengambilan keputusan, yaitu apabila nilai probabilitas (*Asymp. Sig.*) > 0,05 maka H0 diterima, sedangkan apabila nilai probabilitas < 0,05 maka H0 ditolak. Berdasarkan output SPSS, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) sebesar 0,889. Nilai tersebut lebih besar dari batas signifikansi 0,05 (0,889 > 0,05), sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan dalam pemberitaan media mengenai kasus aksi demonstrasi tunjangan DPR. Pola kemunculan strategi respons pemerintah dalam pemberitaan media tidak menunjukkan perbedaan yang bermakna secara statistik.

Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah

Aksi demonstrasi terkait kebijakan tunjangan DPR menjadi pemicu munculnya situasi krisis komunikasi bagi pemerintah karena menimbulkan sorotan publik yang luas serta pemberitaan media yang intens. Berdasarkan berbagai kutipan pernyataan resmi pemerintah dalam pemberitaan media, respons yang disampaikan berfokus pada klarifikasi kebijakan, ajakan dialog, penegasan penindakan terhadap pelanggaran, serta komitmen untuk menindaklanjuti aspirasi masyarakat. Situasi ini menunjukkan bahwa krisis yang terjadi bukan disebabkan oleh bencana atau faktor eksternal semata, melainkan dipicu oleh kebijakan dan keputusan institusional yang menimbulkan reaksi publik (Mikraj et al., 2025).

Menurut teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT), krisis yang termasuk dalam kluster *intentional* memiliki tingkat atribusi tanggung jawab yang tinggi dari publik terhadap institusi yang terlibat (Aji & Purworini, 2024). Situasi demonstrasi terkait kebijakan tunjangan DPR menunjukkan karakteristik serupa, di mana krisis komunikasi yang muncul bukan disebabkan oleh faktor eksternal atau bencana, melainkan dipicu oleh kebijakan dan keputusan institusional yang menimbulkan reaksi publik luas (Iskandar & Hidayat, 2021). Dengan demikian, pemerintah berada pada posisi dengan tingkat atribusi tanggung jawab yang tinggi di mata publik

dan media. Oleh karena itu, pemerintah memerlukan strategi respons krisis yang tepat untuk mencegah kerusakan reputasi yang lebih besar serta menurunkan eskalasi persepsi negatif. Dalam perspektif SCCT, krisis pada kluster *intentional* umumnya ditangani melalui strategi *rebuild*, seperti penyampaian permintaan maaf, pengakuan tanggung jawab, serta pemberian bentuk pemulihan atau perbaikan kebijakan (Coombs, 2022).

Namun, berdasarkan hasil temuan pada pemberitaan media, strategi respons yang paling dominan digunakan oleh pemerintah dalam merespons krisis demonstrasi kebijakan tunjangan DPR adalah strategi *attack the accuser*, *scapegoat*, dan *compensation*, yang diwujudkan melalui pernyataan bantahan atau penegasan terhadap tuduhan yang berkembang, pengalihan sumber kesalahan pada faktor atau pihak tertentu, serta penyampaian komitmen tindak lanjut dan perbaikan sebagai bentuk respons atas tuntutan publik.

Dalam kerangka Situational Crisis Communication Theory (SCCT), strategi *deny* merupakan strategi penolakan yang terdiri dari 3 kategori, yaitu *denial*, *attack the accuser*, dan *scapegoat*. Strategi penolakan digunakan untuk meminimalkan ancaman reputasi dengan cara menolak keterlibatan organisasi dalam krisis atau melemahkan kredibilitas tuduhan yang muncul (Coombs, 2007). Strategi ini tidak selalu berarti penyangkalan langsung, tetapi juga dapat berupa upaya melemahkan tuduhan, menantang narasi yang beredar, atau memindahkan keterkaitan penyebab krisis ke pihak atau faktor lain. Berdasarkan data hasil penelitian ditemukan bahwa pemerintah hanya menggunakan strategi *attack the accuser* dan *scapegoat* dalam kategori *deny*, dua strategi ini menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pemerintah. Strategi *attack the accuser* muncul sebesar 20% atau sejumlah 8 berita, sementara strategi *scapegoat* juga muncul sebesar 20% atau sejumlah 8 berita pada media berita.

Pada kategori *attack the accuser*, pemerintah merespons dengan menempatkan pihak pelaku aksi yang bersifat anarkis sebagai sumber utama permasalahan. Dalam pernyataan resminya disebutkan bahwa tindakan kerusakan fasilitas umum dan kekerasan dikategorikan sebagai pelanggaran hukum, bahkan diarahkan pada indikasi makar dan terorisme, serta diikuti instruksi kepada aparat untuk menindak secara tegas. Respon ini membantu mengalihkan fokus publik dari isu kebijakan utama ke pelanggaran pihak lain, menjaga citra institusi, dan mencegah pembentukan pemahaman yang keliru. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu bahwa strategi *attack the accuser* kerap digunakan dalam komunikasi krisis untuk menanggapi informasi yang dinilai tidak akurat dan berpotensi merugikan reputasi (Masngut & Mohamad, 2021).

Selanjutnya pada kategori *scapegoat* data ditemukan sejumlah 8 berita dengan frekuensi 20%. Pada kategori ini, pemerintah menyatakan bahwa aksi demonstrasi yang terjadi tidak sepenuhnya bersumber dari substansi kebijakan pemerintah, melainkan turut dipicu oleh pihak luar dengan kepentingan tertentu. Melalui pernyataan resminya, pemerintah mengindikasikan adanya keterlibatan pihak eksternal yang berupaya menghambat stabilitas nasional serta mengimbau masyarakat agar tidak terprovokasi. Narasi ini secara jelas mengalihkan titik persoalan kepada pihak lain, yang merupakan karakteristik utama strategi *scapegoat* dalam komunikasi krisis untuk meminimalkan tanggung jawab institusi atas krisis yang terjadi.

Strategi *diminish* merupakan strategi pengurangan yang terdiri dari sub-kategori *excuse* dan *justification*. Berdasarkan hasil data temuan, hanya strategi *justification* yang digunakan oleh pemerintah dalam merespon krisis demonstrasi. Strategi ini hanya muncul sebesar 12,5% atau sejumlah 5 berita. Pemerintah memberikan penjelasan mengenai kasus aksi demonstrasi yang terjadi dengan menekankan bahwa situasi sedang ditangani melalui proses pemeriksaan serta mekanisme penegakan aturan yang dilakukan secara cepat dan transparan.

Respons yang disampaikan berfokus pada penjelasan langkah penanganan, prosedur pengawasan, serta komitmen keterbukaan informasi kepada publik. Pola komunikasi ini tidak diarahkan untuk menyangkal adanya persoalan, melainkan untuk menunjukkan bahwa institusi memiliki kontrol dan sistem koreksi terhadap pelanggaran yang terjadi. Seperti temuan penelitian oleh Amin (2024) yang menyatakan bahwa dengan menonjolkan aspek proses dan akuntabilitas, pemerintah berupaya menurunkan persepsi tingkat kesalahan serta meredam penilaian negatif yang berkembang selama terjadinya krisis.

Pendekatan tersebut selaras dengan strategi *justification* dalam kerangka SCCT, di mana organisasi berusaha mengurangi dampak reputasional krisis melalui pemberian alasan, konteks, dan penjelasan rasional mengenai tindakan yang diambil (Hidayati, 2025). Melalui narasi yang menekankan penanganan dan transparansi, pesan yang dibangun mengarah pada pembentukan persepsi bahwa krisis berada dalam kendali dan sedang ditangani secara bertanggung jawab.

Strategi *Rebuild* merupakan strategi respons krisis yang paling akomodatif, berupa pengakuan tanggung jawab, permintaan maaf, kompensasi, dan tindakan korektif, yang ditujukan untuk memulihkan reputasi dan kepercayaan ketika organisasi dianggap sangat bertanggung jawab atas krisis (Hartanto & Wolor, 2025). Strategi *rebuild* memiliki sub-kategori *apology* dan *compensation*. Berdasarkan hasil data temuan penelitian, pemerintah hanya menggunakan strategi

compensation dalam menghadapi krisis yang terjadi. Strategi ini menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pemerintah yaitu sebesar 20% atau sejumlah 8 berita.

Pemerintah menggunakan strategi *compensation* melalui pernyataan komitmen perbaikan kebijakan dan pemberian jaminan atau dukungan sebagai bentuk respons atas dampak yang ditimbulkan. Dalam pemberitaan, hal ini tampak dari sikap pemerintah yang menyatakan peninjauan dan pencabutan sejumlah kebijakan terkait tunjangan serta penghentian sementara agenda tertentu sebagai langkah korektif. Selain itu, terdapat pula komitmen pemberian jaminan dan perhatian terhadap pihak yang terdampak sebagai bentuk tanggung jawab moral dan material.

Pola respons tersebut menunjukkan bahwa pemerintah tidak hanya berhenti pada klarifikasi, tetapi juga menawarkan tindakan nyata yang bersifat pemulihan. Dalam kerangka SCCT, pendekatan *compensation* dipahami sebagai upaya mengurangi kerugian yang dirasakan publik sekaligus membangun kembali kepercayaan melalui langkah korektif dan dukungan konkret kepada pihak yang terdampak krisis (Kuiper, 2021).

Strategi *bolstering* merupakan strategi respons krisis yang berfokus pada penguatan citra positif institusi dengan menonjolkan rekam jejak, kontribusi, nilai, serta niat baik organisasi kepada publik. Strategi *bolstering* memiliki sub-kategori *reminder*, *ingratiation*, dan *victimage*. Berdasarkan hasil data temuan penelitian, pemerintah menggunakan strategi untuk menguatkan kembali citra mereka yaitu dengan strategi *reminder* sebesar 15% atau sejumlah 6 berita, dan *ingratiation* sebesar 12,5% atau sejumlah 5 berita.

Pemerintah menggunakan strategi *reminder* dengan mengingatkan kembali kepada publik mengenai komitmen terhadap kepentingan rakyat dan arah kebijakan yang berpihak kepada masyarakat. Pemerintah dalam penjelasannya juga menyatakan bahwa akan berkomitmen untuk selalu merespon tuntutan dan memperjuangkan kepentingan para rakyatnya. Sesuai dengan temuan penelitian Cheng (2018) strategi ini digunakan untuk menegaskan kembali komitmen dan rekam jejak positif pemerintah di tengah krisis, sehingga perhatian publik digeser dari kasus sesaat ke tujuan pelayanan jangka panjang dan citra pemerintah tetap dikaitkan dengan nilai pengabdian kepada masyarakat. Selain itu hal ini juga dapat digunakan sebagai strategi dalam memperbaiki citra serta memulihkan kembali kepercayaan publik terhadap pemerintah (Rahmani et al., 2025).

Selanjutnya pada strategi *ingratiation*, respon pemerintah adalah dengan mengeluarkan pernyataan yang menekankan penghargaan terhadap penyampaian aspirasi masyarakat serta pengakuan atas hak publik dalam mengemukakan pendapat secara demokratis. Pesan yang dibangun cenderung bermaksud merangkul dan menenangkan, dengan menempatkan masyarakat

sebagai pihak yang dihormati dan didengar oleh pemerintah. Respon yang dilakukan pemerintah mencerminkan upaya membangun kedekatan dan itikad baik di tengah situasi krisis, sehingga hubungan dengan publik tetap terjaga meskipun terjadi ketegangan akibat polemik kebijakan. Strategi ini membantu meredakan ketegangan komunikasi karena pemerintah tidak memposisikan diri berseberangan dengan demonstran, melainkan tetap membuka ruang penghargaan terhadap partisipasi publik (Chen et al., 2020). Pendekatan tersebut dapat memperkuat kesan kedekatan dan itikad baik pemerintah di tengah situasi krisis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis strategi respon krisis pemerintah dalam merespons demonstrasi terkait kebijakan tunjangan DPR dengan kerangka Situational Crisis Communication Theory (SCCT), dapat disimpulkan bahwa strategi yang paling banyak digunakan merupakan *attack the accuser* sebesar 20% dan *scapegoat* sebesar 20%. Selanjutnya diikuti strategi *compensation* sebesar 20%, *reminder* sebesar 15%, serta *justification* dan *ingratiation* yang masing-masing sebesar 12,5%. Sementara itu, strategi *denial*, *excuse*, *apology*, dan *victimage* tidak ditemukan dalam pemberitaan media yang dianalisis.

Hal tersebut menunjukkan bahwa respons komunikasi krisis pemerintah cenderung didominasi oleh strategi penolakan dan pengalihan sumber kesalahan, serta diperkuat dengan upaya penguatan citra dan komitmen institusional. Melalui strategi *attack the accuser* dan *scapegoat*, pemerintah berupaya mengendalikan narasi krisis dan menurunkan tekanan reputasional dengan melemahkan tuduhan serta mengaitkan penyebab masalah pada pihak lain. Di sisi lain, penggunaan strategi *compensation* dan *reminder* mencerminkan adanya upaya pemulihan melalui komitmen perbaikan kebijakan dan penegasan kembali orientasi pelayanan kepada masyarakat. Sementara strategi *justification* digunakan untuk memberikan penjelasan rasional serta menunjukkan proses penanganan dari krisis yang transparan terhadap publik.

Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus analisis yang hanya meninjau identifikasi dan frekuensi kemunculan strategi respons krisis dalam pemberitaan media, tanpa mengukur tingkat efektivitas maupun ketepatan penerapan strategi terhadap persepsi publik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan analisis hingga pada evaluasi dampak dan keberhasilan strategi komunikasi krisis, sehingga dapat menjadi pembelajaran praktis bagi institusi lain dalam menghadapi krisis serupa.

REFERENCES

- Aji, A. R., & Purworini, D. (2024). Strategi Respon Komunikasi Krisis Kemenkeu Pada Kasus Pejabat Pajak Rat (Analisis Berita Cnn Indonesia Dan Kompas.Com). *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(3), 515–530.
- Amin, M., Mujahid, M., & Djalil, N. A. (2024). Local Government Crisis Communication Strategy: Case Study of Demands for Arrears in Employee Income Additional Payments. *Journal La Bisecoman*, 5(3), 389–397. <https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v5i3.1235>
- Apriyani, T. (2021). Peran Sosial Media pada Gerakan Protes Massa Aksi dan Demokrasi Baru di Era Digital (The Role of Social Media in Mass Protest Movements and New Democracy in the Digital Age). *Kalijaga Journal of Communication*, 3(1), 17–30.
- Asrori, 2025. (2025). *THE CRISIS COMMUNICATION STRATEGY OF THE DIRECTORATE GENERAL OF CORRECTIONS IN HANDLING EXTRAORDINARY CRISIS* Muhammad Muammar Khadaffy Asrori. 18(1), 215–232.
- Aurelia, G., Ugahari, A., & Apriliani, R. (2025). *Analisis Situational Crisis Communication Theory (SCCT) pada Strategi Komunikasi Krisis Brand Erspo dalam Kasus Kontroversi Jersey Timnas Indonesia*. 4(3), 1000–1012. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.5362>
- 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>
- Bestari, N. . (2025, August). *Kronologi Demo 25-29 Agustus: Demo DPR Melebar Jadi Amarah ke Polisi*.
- Casal-ribeiro, M., & Peres, R. (2025). *DMOs and Social Media Crisis Communication in Low-Responsibility Crisis : #VisitPortugal Response Strategies During COVID-19*.
- Cempaka, S., Risdan Ardiansyah, A., Rahmawati, L., Yunia Rediana, M., & Koswara, R. (2021). Kebijakan Pemerintah dalam Penanggulangan Bencana di Indonesia (Government Policy regarding Disaster Management in Indonesia). *Jurnal Studi Ilmu Sosial Dan Politik (Jasispol)*, 1(1), 35–45.
- Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Wang, G., Ma, X., & Evans, R. (2020). Computers in Human Behavior Unpacking the black box : How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis. *Computers in Human Behavior*, 110(March), 106380. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106380>
- Cheng, Y. (2018). *How Social Media Is Changing Crisis Communication Strategies : Evidence from the Updated Literature*. 26(1). <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12130>

- Coombs, W. T. (2007). *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*.
- Coombs, W. T. (2022). *Situational Crisis Communication Theory (SCCT): Refining and Clarifying a Cognitive-Based Theory of Crisis Communication*.
- Dadi Ramdani, Ecep Supriatna, W. Y. (2023). *Validitas dan reliabilitas angket kematangan emosi*. 6(3), 232–238. <https://doi.org/10.22460/fokusv6i3.10869>
- Dylian, R. O., Nurmandi, A., & Younus, M. (2025). Crisis communication transformation through global digital news platforms. *Jurnal ASPIKOM*, 10(1), 51. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v10i1.1641>
- Fadhilah, U. . (2025, August). *Kronologi Tragis Affan Kurniawan: Driver Ojol Tewas Terlindas Rantis Brimob Saat Antar Orderan*.
- Faturrahman, A. . (2025, August). *Polisi Bubarkan Massa Aksi di Pejompongan dengan Tembakan Gas Air Mata*.
- Gumbi, K. S., & Baba, Y. T. (2024). *Political trust and legitimacy crisis in the age of COVID- : an assessment of the EndSARS protest in Nigeria*.
- Hakiki, D., Harahap, H. S., & Sulistyanto, A. (2024). Analisis Bibilometrik Perkembangan Strategi Komunikasi di Media Sosial Pada Instansi Pemerintahan Dalam Keamanan Siber. *Jurnal Keamanan Nasional*, 10(1), 135–148. <https://doi.org/10.31599/pyd8mt08>
- Hartanto, W. T., & Wolor, C. W. (2025). *Analysis of PLN ' s Crisis Communication Strategy on the Power Outage that Occurred in DKI Jakarta Province*. 1206–1220.
- Hidayati N.R, D. P. (2025). *Strategi Respons Krisis Organisasi: Analisis Isi Kuantitatif Dengan Teori SCCT*. 8(01), 38–49.
- Hyland-Wood, B., Gardner, J., Leask, J., & Ecker, U. K. H. (2021). Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00701-w>
- Irhamdhika, G., Hidayah, N. I. El, Ariska, Y., Ningtyas, D. A., & Sari, A. (2025). Krisis Kepercayaan Publik: Fenomena # Kaburajadulu Dan Peran Humas Pemerintah Dalam Merespons Cancel Culture. *Jurnal Public Relations-JPR*, 6(1), 7–15.
- Iskandar, I., & Hidayat, D. R. (2021). *Strategi Komunikasi Krisis DPR RI Menggunakan Instagram Menghadapi Penolakan RUU Cipta Kerja The DPR RI Crisis Communication Strategy Using Instagram Facing the Rejection of Job Creation Bill Pendahuluan Kondisi krisis dihadapi oleh DPR RI pa-*. 12(2). <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v12i2.2413>
- Karina, J., & Kamil, I. (2025, August). *Pesan Prabowo ke Rakyat: Tetap Tenang, Percaya pada Pemerintah*.

- Kuiper, S. M. (2021). *Data breaches and effective crisis communication : a comparative analysis of corporate reputational crises* Version : License : Downloaded from : Not Applicable (or Unknown) Leiden University Non-exclusive license Data Breaches and Effective Crisis Commu. <https://doi.org/10.1177/0170840620912705>
- Masngut, N., & Mohamad, E. (2021). *Association Between Public Opinion and Malaysian Government Communication Strategies About the COVID-19 Crisis : Content Analysis of Image Repair Strategies in Social Media Corresponding Author : 23(8), 1–9.* <https://doi.org/10.2196/28074>
- Mikraj, A. L., Abrar, M., Saudi, A., Chaarnaillan, A., & Kardian, A. (2025). *Krisis Komunikasi dan Manajemen Reputasi : Pelajaran dari Kasus Kontroversi Kebijakan Publik di Indonesia.* 5(2), 2343–2349. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.8126>
- Nazaruddin, B. (2025, August). *Presiden Prabowo Kumpulkan Seluruh Pimpinan Parpol di Istana, Ini Pernyataan Pentingnya.*
- Niu, R., Eng, N., Zhao, Y., & Jin, Y. (2025). How Moral Appraisals Function in Sticky Crises: Theorizing Within the Triadic Appraisal Framework of Situational Crisis Communication Theory. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 33(2). <https://doi.org/10.1111/1468-5973.70054>
- Nugroho, N. . (2025, August). *Sederet Fakta Demo 28 Agustus di DPR: Isi Tuntutan Buruh hingga Larang Anarko Ganggu Aksi.*
- Prasetyo, J. A., & Chasana, R. R. B. (2023). Strategi Respon Pemerintah dan PT Pertamina Dalam Krisis Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Tahun 2022: Analisis Situasional Crisis Communication Theory (SCCT). *Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–29.
- Putri, D. . (2025, October). *Revisi Kebijakan Tunjangan DPR: Pergeseran dan Kebijakan Yang Berjalan.*
- Rahmani, S., Irdiantama, A. R., Febriyani, M., Pramudya, M. R., Dhuriana, R., Nuraini, F., & Ritonga, R. (2025). *Manajemen Krisis Pemerintah dalam Penanganan Kasus Keracunan Program Makan Bergizi Gratis.* 6(2), 414–425.
- Ramadhani, P. N., Pradety, S. N., & Hanum, A. A. (2021). *Pelanggaran Prinsip Transparansi dan Akuntabilitas Kehumasan Pemerintah : Penanganan Proyek e-KTP oleh Kementerian Dalam Negeri.* 6(1), 36–47.
- Riyadi, Cangara, H., & Sultan, M. I. (2025). Strategi Komunikasi Krisis dalam Menangani Kontroversi Es Teh Indonesia di Era Digital. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 6(7), 1908–1920.
- 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>

- Sari, F. F., Bakti, I., Perbawasari, S., Sari, F. F., Bakti, I., Perbawasari, S., & Sari, F. F. (2025). *Strategi Komunikasi Krisis PT Telkom dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Akibat Gangguan Jaringan Internet di Kabupaten Merauke Pendahuluan PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) merupakan penyedia layanan telekomunikasi terbesar di Indonesia , yang . 8090, 207–222. <https://doi.org/10.22219/jurnalsospol.v11i2.39884>*
- Song, T., Yu, P., Yecies, B., Ke, J., & Yu, H. (2025). *Social media crisis communication and public engagement during COVID-19 analyzing public health and news media organizations ' tweeting strategies*. 1–16.
- Stevani, A. (2025). Strategi Komunikasi Krisis: Respons Perusahaan Terhadap Skandal Personal Brand Ambassador. *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan* |, 8(1), 64–76.
- Surahmat, A., Dida, S., Zubair, F., Surahmat, A., Dida, S., & Zubair, F. (2021). Analysis of the Government ' s Crisis Communication Strategy Discourse to Defend Covid-19 Analisis Wacana Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah Menangani Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 36–53.
- Yanwardhana, E. (2025, August). *Pernyataan Lengkap Prabowo soal Kematian Ojol Terlindas Rantis Brimob*.
- Yaputra, H. (2025, August). *Media Sosial Kementerian Ramai-ramai Unggah Video Prabowo soal Affan Kurniawan*.