

MANAJEMEN KRISIS PT. BERKAH WONG CILIK "SHABU HACHI" DI MASA PANDEMI COVID-19

Mohammad Ricky Ramadhan Rasyid¹, Muji Utami²

¹ Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia; email :
moch.rickyramadhan@uho.ac.id

² Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

*Correspondence : moch.rickyramadhan@uho.ac.id

ABSTRAK

Krisis merupakan suatu situasi yang menyulitkan sebuah perusahaan dan terdapat beberapa bagian di dalamnya sebagai akibat dari sebuah situasi yang menjadikan sebuah dampak negatif terhadap perusahaan. Komunikasi yang digunakan ketika menghadapi krisis disebut dengan komunikasi krisis yang berarti pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran dari informasi yang dibutuhkan dalam mengatasi kondisi krisis yang berawal dari tahap pra-krisis hingga pasca-krisis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen krisis pada masa pandemi di PT. Berkah Wong Cilik. Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme dengan pendekatan kualitatif melalui metode wawancara dengan total dua informan kunci dan satu informan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen krisis yang diterapkan oleh PT. Berkah Wong Cilik "Shabu Hachi" pada masa pandemi adalah dengan menerapkan empat langkah, yaitu: *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*. Dengan penerapan keempat langkah tersebut, Shabu Hachi berhasil mengatasi krisis yang dilanda akibat masa Covid-19.

Kata kunci

Covid-19, Komunikasi Krisis, Manajemen Krisis, Public Relation

ABSTRACT

Crisis is a situation that complicates a company and there are several parts in it as a result of a condition that has a bad impact on the company. The communication used in dealing with a crisis is called crisis communication, which means collecting, processing, and disseminating information needed to deal with crisis situations, starting from the pre-crisis to post-crisis stages. This study aims to determine crisis management during a pandemic at PT. Berkah Wong Cilik. This study uses a post-positivism paradigm with a qualitative approach through interviews with a total of two key informants and one informant. The results of this study indicated that crisis management carried out by PT. Berkah Wong Cilik "Shabu Hachi" during the pandemic was to implement four steps, namely: *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*. By implementing those four steps, Shabu Hachi managed to overcome the crisis that was hit by the Covid-19 period.

Keywords

Crisis Communication; Crisis Management; Covid-19; Public Relation

Pendahuluan

Krisis komunikasi seringkali diartikan sebagai situasi di mana organisasi atau individu mengalami kesulitan dalam memberikan pesan yang tepat dan efektif kepada publik atau pihak-pihak yang terkait. Menurut (Coombs, 2019), krisis komunikasi terjadi ketika organisasi mengalami situasi yang tidak terduga dan berpotensi merusak reputasi dan kepercayaan publik terhadap organisasi. Krisis komunikasi dapat terjadi akibat berbagai hal, seperti kecelakaan, kesalahan manajemen, tindakan karyawan yang salah, atau perubahan kebijakan yang tidak disukai publik.

Ketika krisis terjadi, suatu manajemen krisis dibutuhkan untuk penanganannya. Manajemen krisis dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan upaya untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengatasi suatu krisis atau bencana dengan tujuan untuk mengurangi dampak negatifnya terhadap organisasi atau masyarakat secara keseluruhan (Fink, 2013). Manajemen krisis juga merujuk pada serangkaian strategi dan taktik yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk menangani situasi krisis dengan efektif. Tujuan dari manajemen krisis adalah untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan oleh krisis, melindungi reputasi organisasi atau individu, dan memulihkan kepercayaan publik.

Fungsi manajemen merupakan satu dari banyak teori yang dapat digunakan dalam melakukan manajemen krisis. Menurut (Terry, 2021), terdapat empat fungsi manajemen dasar yaitu *planning* atau perencanaan, *organizing* atau pengorganisasian, *actuating* atau pengarahan, dan *controlling* atau pengendalian. Perencanaan melibatkan penentuan tujuan organisasi, penentuan strategi untuk mencapai tujuan, serta pengembangan rencana untuk mengkoordinasikan aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Pengorganisasian melibatkan pengalokasian sumber daya organisasi, termasuk manusia, uang, dan peralatan, serta pembentukan struktur organisasi yang efektif. Pengarahan melibatkan pengarahan aktivitas organisasi, termasuk motivasi karyawan, komunikasi, dan pembuatan keputusan. Pengendalian melibatkan pengukuran kinerja organisasi dan penyesuaian rencana atau aktivitas jika diperlukan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Ita Suryani dan Asriyani Sagiyanto (2018) yang membahas tentang manajemen krisis yang dilakukan oleh pelaku *Public Relations* pada PT Blue Bird Group, manajemen krisis diterapkan disebabkan oleh krisis yang terjadi oleh demonstrasi para supir Blue Bird terkait penolakan terhadap keberadaan transportasi berbasis online. PT Blue Bird membuat suatu manajemen krisis dalam bentuk suatu program kampanye "*Reimagining Blue Bird*" yang disuarakan melalui iklan kampanye "Berbenah untuk Berbenah" di Youtube yang berhasil menarik banyak perhatian dan simpati publik sehingga PT Blue Bird kembali mendapatkan komentar positif dari publik.

Manajemen krisis dapat diterapkan pada jenis perusahaan apapun dikarenakan suatu krisis dapat terjadi dari berbagai faktor. Penelitian sebelumnya menjabarkan tentang bagaimana proses manajemen krisis yang terjadi di perusahaan layanan transportasi yang disebabkan oleh faktor internal, yakni supir dari transportasi tersebut. Distingi yang signifikan dari penelitian tersebut dengan penelitian saat ini terletak pada jenis perusahaan dan faktor penyebabnya. Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan yang bergerak pada sektor makanan yang mana krisis yang terjadi disebabkan oleh faktor eksternal, yakni pandemi COVID-19.

Pandemi COVID-19 telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis dan ekonomi. Dalam konteks Indonesia, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang terdampak oleh pandemi ini. Industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan sektor yang vital, dengan kontribusi signifikan pada ekonomi nasional. Namun, pandemi ini memaksa perusahaan makanan dan minuman untuk menghadapi berbagai tantangan, mulai dari perubahan perilaku konsumen hingga penghentian produksi (Rachmawati, 2021).

Dalam pandemi COVID-19, perubahan perilaku konsumen menjadi tantangan utama bagi perusahaan makanan dan minuman. Konsumen mulai menghindari restoran dan warung makan, dan beralih ke memasak di rumah. Hal ini menyebabkan permintaan pada makanan dan minuman kemasan meningkat, sementara permintaan pada makanan dan minuman olahan menurun. Selain itu, perusahaan makanan dan minuman juga mengalami kesulitan dalam mengakses bahan baku dan mempertahankan rantai pasok yang lancar (Wijaya, 2020).

Selain perubahan perilaku konsumen, perusahaan makanan dan minuman di Indonesia juga menghadapi berbagai tantangan lainnya selama pandemi COVID-19. Salah satu tantangan terbesar adalah penurunan daya beli konsumen dan penurunan aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Kondisi ini menyebabkan permintaan pada produk makanan dan minuman menurun, sementara biaya produksi meningkat. Sebagai hasilnya, perusahaan makanan dan minuman di Indonesia mengalami penurunan penjualan dan keuntungan selama pandemi COVID-19 (Dewi, 2021).

Selain itu, perusahaan makanan dan minuman juga harus beradaptasi dengan cara baru dalam menjalankan operasinya. Mereka harus mengikuti protokol kesehatan yang ketat, seperti menjaga jarak sosial, meningkatkan sanitasi, dan mengurangi jumlah karyawan yang bekerja secara fisik di kantor atau pabrik. Hal ini dapat menyebabkan penurunan produktivitas dan efisiensi, serta meningkatkan biaya operasional (Kusumawardhani, 2020).

Salah satu perusahaan makanan minuman yang terkena krisis pada masa pandemi adalah PT. Berkah Wong Cilik "Shabu Hachi". Pada bulan pertama, hampir 50% dari seluruh karyawan Shabu Hachi dirumahkan. Pada bulan kedua, karyawan yang dirumahkan meningkat menjadi 60%. Kemudian pada bulan ketiga dan keempat, kondisi ekonomi di Indonesia semakin memburuk sehingga restoran Shabu Hachi terpaksa merumahkan karyawannya sebanyak 80%. Dampak pandemi COVID-19 membuat seluruh *outlet* Shabu Hachi tutup selama kurang lebih 5 (lima) bulan dan terpaksa merumahkan seluruh karyawan (Shabu Hachi, 2021).

Shabu Hachi merupakan salah satu restoran Jepang berkonsep *all-you-can-eat* dan sebagai restoran shabu-shabu yang berkualitas dengan pilihan bahan makanan yang segar dan beragam. Shabu Hachi juga mempunyai kebijakan untuk memastikan kebersihan dan kualitas makanan dengan standar yang tinggi. Restoran ini juga terkenal dengan interior yang nyaman dan pelayanan yang ramah dari staf mereka. Hal tersebut menjadikan restoran Shabu Hachi sebagai salah satu restoran yang terbilang sangat ramai di saat sebelum pandemi COVID-19 di Indonesia dan banyak *customer* yang melakukan *waitinglist* dikarenakan oleh padatnya kunjungan (Shabu Hachi, 2021).

Popularitas dan pelayanan yang baik tidak menjamin suatu restoran akan bertahan ketika terkena krisis yang diluar kendali dan tidak terprediksi. Dengan demikian, saat krisis tersebut terjadi, fungsi manajemen krisis dapat menjadi salah satu

upaya atau cara untuk dilakukan dalam meminimalisir *output* negatif dari krisis, yang mana akan memberikan perlindungan kepada perusahaan dan *stakeholders*-nya. Selain itu, fungsi manajemen krisis tersebut dapat menciptakan suatu strategi agar dapat merespon krisis yang sama apabila terulang kembali.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, krisis yang dialami Shabu Hachi di masa pandemi tersebut sangatlah signifikan karena dengan adanya penutupan seluruh cabang Shabu Hachi hingga mengakibatkan kerugian finansial. Maka dari itu penelitian yang dilakukan ini akan menganalisis bagaimana manajemen krisis pada masa pandemi di PT. Berkah Wong Cilik "Shabu Hachi".

Metode

Metode penelitian yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus, dimana merupakan salah satu jenis metode kualitatif yang berfungsi untuk menggali lebih dalam tentang suatu kasus spesifik dengan cara menyertakan pengumpulan data dari beragam sumber informasi yang ada. Studi kasus merupakan jenis penelitian kualitatif yang mendalam tentang individu, kelompok, institusi dan sebagainya dalam waktu tertentu. Tujuan studi kasus adalah berusaha menemukan makna, meneliti proses, serta memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam serta utuh dari individu, kelompok, atau situasi tertentu (Sugiarto, 2017).

Pada penelitian ini, subjek disebut dengan sebutan informan, yang dimana merupakan seorang individu yang *reliable* sebagai koresponden atau narasumber informasi guna mencukupi data-data yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini dapat dilakukan dengan pengumpulan informasi dari beberapa informan di restoran Shabu Hachi menjadi objek kasus. Penelitian ini dapat berhasil dengan mendapatkan informan yang tepat. Dalam penelitian ini, informan yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu: informan kunci dan informan.

Adapun informasi kunci penelitian yaitu *owner* dari restoran Shabu Hachi yaitu Ibu Raden Githa Asterita Putri Harinindya, S.I.P, MM yang memiliki jabatan sebagai Direktur Utama Shabu Hachi. Latar belakang pendidikan yang dimiliki pun berbeda yaitu Strata 2 Magister Manajemen di Parasetya Mulia University. Praktisi *public relations* yaitu Bapak Joesoef Kresnadi Tjiptono merupakan praktisi *public relations* Shabu Hachi dengan lama bekerja lebih dari 5 tahun.

Informan dalam penelitian ini dapat ditemukan di wilayah yang berdekatan dengan objek kasus yang akan diteliti yang dapat memberikan informasi tentang masalah yang akan diteliti yaitu staff dari Restoran Shabu Hachi yang sudah bekerja lebih dari 3 tahun yang memiliki pengetahuan luas tentang Shabu Hachi, sehingga dapat mengetahui bagaimana kasus krisis yang terjadi di masa Covid-19.

Penelitian ini menerapkan beberapa teknik dalam pengumpulan data sebagai penunjang, dimana penelitian ini dilaksanakan bukan hanya berbasis atas pengetahuan apa saja yang dipunya, akan tetapi juga berbasis informasi dalam data-data relevan yang dikemas dan dijadikan sebagai bahan analisis oleh peneliti nantinya. Teknik dalam pengumpulan data yang akan diterapkan dalam penelitian ini dengan menetapkan data primer dan data sekunder.

Data diterima secara langsung melalui subjek penelitian, sehingga peneliti dapat memperoleh informasi. Data primer didapatkan melalui wawancara semiterstruktur dalam sebuah kategori *in-depth interview*, karena dalam pelaksanaan wawancara

tersebut lebih mandiri dalam pelaksanaannya jika diperbandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara semiterstruktur digunakan dengan niatan untuk menentukan permasalahan dengan lebih terbuka dengan cara pihak narasumber diminta untuk menuangkan pendapat dan ide-ide yang dimiliki dan observasi partisipatif dengan tujuan untuk memperoleh sebuah data dengan lengkap, sehingga kedekatan dalam pengamatan dapat dilakukan oleh peneliti untuk pengambilan suatu keputusan dalam sebuah penelitian. Data primer dianggap lebih akurat karena data ini disajikan secara terperinci (Purhantara, 2010).

Adapun data *non-primer* atau sekunder adalah data yang telah terjadi dan terkemas dalam beraneka jenis bentuk. Data sekunder ini lebih dominan diterapkan sebagai data statistik yang kemudian diolah dan kemudian data tersebut layak untuk dipergunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari beberapa narasumber informan kunci.

Dalam penelitian ini, proses mencari keabsahan data diterapkan guna memperoleh data penelitian yang relevan untuk menjawab semua masalah penelitian. Kemudian, triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2008). Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknik triangulasi diterapkan dalam penelitian ini, dimana penerapan teknik triangulasi ini adalah untuk mengukur kredibilitas data yang dilaksanakan peneliti dengan data hasil wawancara informan kunci dan informan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dan dikolaborasikan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini, keempat fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian, dilaksanakan oleh pihak restoran Shabu Hachi sebagai salah satu cara dalam menangani krisis pandemi COVID-19.

Dalam fungsi manajemen pertama yaitu perencanaan, pihak Shabu Hachi membuat suatu program atau kegiatan yang mana dapat memastikan bahwa kesehatan dan keselamatan para pelanggan Shabu Hachi terjamin ketika melakukan kunjungan. Hal ini sejalan dengan penanganan protokol kesehatan atau menjadi tindakan preventif ketika masa pandemi tiba. Selain itu, pihak Shabu Hachi beserta para direksinya mempertimbangkan berbagai masukan-masukan dari berbagai pihak, seperti pihak manajerial, pihak pelanggan, dan juga pihak pemerintah, yang dimana berguna untuk mendapatkan rencana yang baik dalam menghadapi krisis pandemi.

Pada fungsi manajemen perencanaan ini juga, pihak Shabu Hachi melakukan investasi yang bertujuan untuk menjamin keselamatan dan kesehatan baik itu pelanggan dan karyawan mereka. Investasi yang berbentuk program tersebut dirancang langsung oleh Direktur Utama dan atau BOD dari Shabu Hachi tersebut dimana tidak lepas dari masukan yang diperoleh melalui level manajer, level masyarakat umum (pelanggan), dan level pemerintah.

Dari hasil perencanaan di atas, dapat dikatakan ketiganya linear dengan teori fungsi perencanaan yang didefinisikan sebagai kegiatan yang diterapkan oleh pihak perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan atau ditetapkan dimana dibutuhkan yang telah di rencanakan atau ditetapkan. Dalam perencanaan kegiatan tersebut, dibutuhkan ability atau kemampuan untuk melakukan visualisasi dan pihak

perusahaan harus dapat memiliki sikap visioner agar dapat melakukan perumusan pola dari sebuah rangkaian kegiatan yang akan datang.

Untuk fungsi manajemen pengorganisasian, pihak Shabu Hachi menjadikan regulasi pemerintah terkait masa pandemi sebagai pedoman dalam penyelenggaraan protokol kesehatan dalam gerai atau cabang mereka. Dengan menjadikan regulasi pemerintah sebagai patokan kegiatan, Shabu Hachi dapat dikatakan membantu pemerintah dalam upaya menyukseskan penanggulangan dan pencegahan di masa pandemi COVID-19. Selanjutnya, dalam manajemen pengorganisasiannya, pihak Shabu Hachi berusaha untuk membuat kebijakan yang mengacu sepenuhnya pada regulasi pemerintah. Dengan berpatokan dengan regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah, Shabu Hachi dapat mengedepankan keselamatan dan kesehatan semua pihak.

Pengorganisasian yang dilakukan tersebut sejalan dengan teori fungsi pengorganisasi yang dimana didefinisikan sebagai segala sesuatu dibutuhkan atau patokan untuk menjadi sebagai panutan dalam suatu kegiatan yang akan dilakukan atau dengan kata lain, melibatkan alokasi sumber daya dan pembentukan struktur organisasi perusahaan yang efektif. Dalam fungsi ini, pihak Shabu Hachi menentukan struktur organisasi perusahaan yang tepat, mengembangkan prosedur kerja dan memastikan bahwa sumber daya yang diperlukan tersedia untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menghadapi pandemi.

Pada fungsi manajemen ketiga yaitu pengarahan, pihak Shabu Hachi melakukan pengarahan terhadap *compliance* untuk regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah, dalam bentuk menciptakan posisis duduk yang berjarak, pengarahan untuk cuci tangan dan kewajiban memakai masker di dalam restoran. Penerapan regulasi atau kebijakan dibuat tersebut berdasarkan apa yang telah ditetapkan oleh pemerintah, yang dimana relevan dengan teori fungsi pengarahan.

Pengarahan yang dimaksud adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemimpin di perusahaan dalam melakukan pengawasan dalam berlangsungnya program yang telah dibuat sebelumnya. Penggerakan program dalam suatu perusahaan memberikan tenaga bagi pihak pelaksana dalam melaksanakan tugas-tugasnya dan bersedia menjalin kerjasama dengan berbagai pihak. Dengan menerapkan dan mengarahkan seluruh karyawan dan direksinya untuk *comply* terhadap regulasi pemerintah, pihak Shabu Hachi telah melaksakan fungsi yang ketiga ini.

Fungsi manajemen yang terakhir adalah pengendalian. Pihak Shabu Hachi melaksanakan suatu evaluasi terhadap pelanggan mereka untuk mengetahui bagaimana fungsi manajemen sebelumnya, yaitu fungsi manajemen pengarahan, berjalan di lapangan. Dari hal tersebut, Direktur Utama dari Shabu Hachi dapat mengetahui apakah rencana dan pengorganisasian manajemen krisis yang telah dirancang sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Selain dari aktualisasi dalam bentuk evaluasi, bentuk pemberian sanksi juga dilaksanakan sebagai bentuk kontrol terhadap kualitas pelayanan dan protokol kesehatan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Evaluasi yang dilakukan oleh pihak Shabu Hachi sesuai dengan teori fungsi manajemen pengendalian, yang dimana suatu program atau kegiatan yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan dan untuk melakukan kontrol atau evaluasi terhadap kinerja perusahaan. Ketika pihak Shabu Hachi membuat evaluasi tersebut, maka akan menjadi suatu catatan untuk ketiga fungsi manajemen yang telah dilaksanakan dan dijalankan sebelumnya.

Conclusion / Kesimpulan

Berbasis dari hasil-hasil serta pembahasan penelitian yang telah dilaksanakan, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa perusahaan yang bergerak pada sektor bisnis *food and beverages*, Shabu Hachi terkena dampak yang signifikan dikarenakan pandemi Covid yang terjadi. Pandemi tersebut menjadi suatu krisis yang harus ditanggulangi oleh Shabu Hachi agar perusahaan tidak kolaps atau tutup secara permanen. Langkah-langkah yang dilakukan Shabu Hachi adalah penerapan fungsi manajemen yang sesuai dengan teori yang ada dan disertai dengan praktisi *public relation* yang ahli di bidangnya juga.

Dikarenakan adanya batasan cakupan dari penelitian ini yang hanya terbatas pada satu perusahaan swasta yang bergerak pada industri makanan dan minuman, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat dilaksanakan oleh peneliti selanjutnya, yakni: studi perbandingan praktik manajemen krisis pada perusahaan publik dan swasta; dan evaluasi efektivitas rencana manajemen krisis.

References / Referensi

- (n.d.). Retrieved from www.shabuhachi.com
- Coombs. (2019). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage Publications.
- Dewi, S. S. (2021). The Impact of Covid-19 on the Indonesian Food Industry: A Case Study of Two Companies. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 212-217.
- Fink, S. (2013). *Crisis management: Planning for the inevitable*. Routledge.
- Firsan, N. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pusaka Utama Grafiti.
- Kusumawardhani, S. &. (2020). Strategi Adaptasi Perusahaan Makanan dalam Menghadapi Dampak COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 1-11.
- Lai, Wai, I. K., Weng, J., & Wong, C. (2020). Comparing Crisis Management Practices in the Hotel Industry between Initial and Pandemic Stages of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 3135-3136.
- Mauliah, K., Sahidun, Arifuddin, & Paramitha, E. P. (2018). Manajemen Krisis Public Relation Transmart Mataram untuk Meningkatkan Penjualan Pasca Gempa Lombok. *Jurnal Media of Communication Science*, 146-150.
- Moelong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rachmawati, N. A. (2021). *The Impact of COVID-19 on the Indonesian Food Industry*. *Journal of Economic and Business Research*.
- Safitri, L. N., Kemala, I., & Aslati. (2019). Manajemen Krisis Public Relations PT. Indah Kiat Pulp and Paper TBK (IKPP) Perawang Terhadap Berkembangnya Isu Pencemaran Lingkungan. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 29-36.
- Salim, A. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sebastian, A. L. (2020). The Importance of Human Capital and the Human Organization Management in a Crisis Situation. *International Conference on Business Excellence*, 906-914.
- Soemirat, Ardianto, S. &, & Elvinaro. (2005). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sondak, S. H., Taroreh, R. N., & Uhing, Y. (2019). Faktor Loyalitas Pegawai di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 671-680.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, I., & Sagiyanto, A. (2018). Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT Blue Bird Group. *Jurnal Communication*, 102-113.
- Terry, A. G. (2021). *Dasar Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara.
- Wijaya, A. M. (2020). Analisis Dampak Covid-19 terhadap Industri Makanan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.