

STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS HUMAS PLN DALAM MENANGANI PEMADAMAN LISTRIK DI SULAWESI SELATAN, TENGGARA, DAN BARAT (OKTOBER 2023-JANUARI 2024): PENDEKATAN TEORI SCCT

Andi Muhammad Muadz ^{1,*}; Ahmad Syarif ²; Indah Pratiwi Manggaga ³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia; andimuadz1@gmail.com¹,

ahmadsyarif@unismuh.ac.id², indahpratiwimanggaga@unismuh.ac.id³

*Correspondence : andimuadz1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Humas PT PLN (Persero) dalam menangani krisis pemadaman listrik di Sulawesi Selatan, Tenggara, dan Barat (Sulselrabar) pada Oktober 2023 hingga Januari 2024, menggunakan teori *Situational Crisis Communication (SCCT)* yang dikembangkan oleh Coombs (2007). Melalui wawancara mendalam dengan informan kunci dan observasi terhadap saluran komunikasi resmi PLN, ditemukan bahwa PLN mengimplementasikan empat strategi komunikasi utama: *deny*, *diminish*, *rebuild*, dan *reinforcing/bolstering*. Strategi-strategi ini digunakan untuk merespons pemberitaan negatif terkait pemadaman listrik. Penelitian ini menyoroti respons PLN, termasuk penyangkalan tanggung jawab dengan menyebutkan faktor eksternal seperti El Nino, edukasi kepada publik mengenai aspek teknis sistem kelistrikan, pemberian kompensasi kepada pelanggan yang terdampak, serta penguatan citra melalui program CSR. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman strategi komunikasi krisis pada perusahaan utilitas publik, khususnya dalam situasi krisis yang melibatkan tantangan teknis yang berada di luar kendali. Studi ini menyarankan bahwa konsistensi pesan di seluruh platform, transparansi, dan keterlibatan aktif dengan publik sangat penting untuk menjaga kepercayaan selama krisis.

Kata kunci

Humas PLN, Pemadaman Listrik, SCCT, Strategi Komunikasi Krisis

ABSTRACT

This study examines the crisis communication strategies implemented by Humas PT PLN (Persero) in handling the power outage crisis in South Sulawesi, Southeast Sulawesi, and West Sulawesi (Sulselrabar) from October 2023 to January 2024, using the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) by Coombs (2007). Through in-depth interviews with key informants and observations of PLN's official communication channels, it was found that PLN applied four main communication strategies: *deny*, *diminish*, *rebuild*, and *reinforcing/bolstering*. These strategies were used to address negative media coverage regarding power outages. The research highlights PLN's response, including denying responsibility by citing external factors like El Nino, educating the public on technical aspects of the electrical system, offering compensation to affected customers, and strengthening its image through CSR initiatives. This research contributes to the understanding of effective crisis communication in public utility companies, particularly in crisis situations involving technical challenges beyond control. The study suggests that consistent messaging across platforms, transparency, and active engagement with the public are essential for maintaining trust during crises.

Keywords

Crisis Communication, PLN, Power Outage, Public Relations, SCCT

Pendahuluan

Komunikasi krisis merupakan aspek yang sangat vital dalam memelihara reputasi organisasi di tengah situasi yang tidak terduga, seperti bencana atau kegagalan operasional (Coombs, 2012). Dalam konteks perusahaan atau organisasi, peran Humas menjadi sangat penting untuk merumuskan strategi komunikasi yang tepat dan menyampaikan informasi yang akurat, cepat, serta sesuai dengan kebutuhan publik. Komunikasi yang efektif dapat mengurangi dampak negatif terhadap persepsi publik dan membentuk respons yang lebih konstruktif dari pihak yang terlibat (Heide & Simonsson, 2014). Salah satu bentuk krisis yang menuntut peran Humas yang sangat besar adalah gangguan layanan yang memengaruhi banyak pihak, seperti pemadaman listrik yang berdampak langsung terhadap masyarakat luas.

Perusahaan Listrik Negara (PLN) sebagai penyedia listrik utama di Indonesia seringkali menghadapi tantangan besar dalam menjaga stabilitas pasokan listrik, baik dari faktor internal maupun eksternal. Salah satu kasus krisis yang menarik untuk dianalisis adalah pemadaman listrik yang terjadi di wilayah Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Barat (Sulselrabar) pada periode Oktober 2023 hingga Januari 2024. Pemadaman listrik yang terjadi tanpa pemberitahuan sebelumnya ini menimbulkan dampak luas terhadap masyarakat, mulai dari terganggunya aktivitas sehari-hari hingga kerugian bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Pramono Agung, 2023); (Putri et al., 2019).

Berita tentang pemadaman ini menjadi perhatian publik, dengan pemberitaan yang tersebar di berbagai media online, yang menawarkan perspektif berbeda terkait krisis ini. Beberapa media fokus pada dampak sosial yang ditimbulkan, seperti kericuhan dan protes warga, sementara yang lainnya mengulas upaya PLN untuk mengatasi masalah ini (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Selain itu, krisis ini semakin berkembang di media sosial, seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, dengan masyarakat yang secara aktif mengungkapkan kekecewaan mereka terhadap layanan PLN (Nadin et al., 2019). Di sinilah Humas PLN harus bergerak cepat untuk merespons keluhan publik dengan memberikan klarifikasi dan mengelola komunikasi melalui berbagai saluran resmi.

Tabel berikut menunjukkan perbandingan pemberitaan negatif dan pemberitaan positif terkait pemadaman listrik di wilayah Sulselrabar pada periode Oktober 2023 hingga Januari 2024, yang menunjukkan bagaimana media memberitakan isu ini, serta langkah-langkah yang diambil oleh Humas PLN untuk mengelola krisis:

Tabel 1. Perbandingan Pemberitaan di Media Online

No	Pemberitaan Negatif		Pemberitaan Positif	
	Judul Berita	Isi Berita	Judul Berita	Isi Berita
1	Demo Pemadaman Bergilir Diwarnai Kericuhan di PLN Makassar, Warga: Kita Menderita (<i>Demo</i>)	Berita ini melaporkan aksi demonstrasi warga di Makassar yang memprotes kebijakan pemadaman listrik bergilir yang dilakukan oleh PLN. Masyarakat merasa sangat dirugikan	PLN Sulselrabar Berikan Kompensasi Rp39 M kepada Pelanggan Terdampak Pemadaman (<i>PLN</i>)	PLN mengumumkan bahwa mereka akan memberikan kompensasi sebesar Rp 39 miliar kepada pelanggan yang terdampak pemadaman listrik. Keputusan ini diambil sebagai bentuk tanggung jawab PLN

No	Pemberitaan Negatif		Pemberitaan Positif	
	Judul Berita	Isi Berita	Judul Berita	Isi Berita
2	<i>Pemadaman Bergilir Diwarnai Kericuhan Di PLN Makassar, Warga: Kita Menderita,</i> n.d.)	karena pemadaman sering terjadi dan menghambat aktivitas sehari-hari, termasuk pekerjaan dan bisnis. Beberapa warga mengungkapkan kekesalan terhadap PLN yang dianggap tidak memberikan solusi yang jelas terkait masalah ini. Dampak pemadaman listrik, Masyarakat yang merasa dirugikan melaporkan PLN ke Ombudsman Sulsebarbar sebagai bentuk protes terhadap pelayanan yang dianggap kurang transparan dan tidak bertanggung jawab. Laporan ini mencakup keluhan mengenai kurangnya pemberitahuan sebelum pemadaman terjadi, durasi pemadaman yang tidak menentu, serta dampaknya terhadap sektor ekonomi dan aktivitas masyarakat.	<i>Sulsebarbar Beri Kompensasi Rp 39 M Untuk Pelanggan Terdampak Pemadaman,</i> n.d.)	atas ketidaknyamanan yang dialami pelanggan akibat pemadaman bergilir. Dengan kompensasi ini, PLN berharap dapat meredam keluhan masyarakat dan menunjukkan komitmennya dalam memperbaiki kualitas layanan. Penjelasan dari pihak PLN mengenai alasan terjadinya pemadaman listrik di Makassar, meskipun hujan telah turun. PLN menjelaskan bahwa meskipun curah hujan meningkat, pasokan listrik masih belum stabil karena berbagai faktor teknis. Beberapa pembangkit listrik yang bergantung pada pasokan air belum berfungsi optimal. Dengan penjelasan ini, PLN berharap masyarakat dapat lebih memahami kondisi yang menyebabkan pemadaman listrik.
	<i>Imbas Pemadaman Listrik, PLN Sulsebarbar Dilaporkan ke Ombudsman (Imbas Pemadaman Listrik, PLN Sulsebarbar Dilaporkan Ke Ombudsman,</i> n.d.)	PLN mulai mempertimbangkan opsi pemberian kompensasi kepada pelanggan yang terdampak. Namun, keputusan tersebut masih dalam tahap kajian, dan belum ada kepastian mengenai kapan dan bagaimana	PLN Jelaskan Penyebab Makassar Sering Mati Lampu Meski Sudah Mulai Hujan (Tamrin, 2023)	PLN UID Sulsebarbar mulai memberikan kompensasi pemadaman bergilir (PLN UID Sulsebarbar Mulai Memberikan Kompensasi
3	<i>PLN Sulsebarbar Kaji Beri Kompensasi Imbas Pemadaman Listrik Bergilir (PLN Sulsebarbar Kaji Beri Kompensasi Imbas</i>	PLN mulai mempertimbangkan opsi pemberian kompensasi kepada pelanggan yang terdampak. Namun, keputusan tersebut masih dalam tahap kajian, dan belum ada kepastian mengenai kapan dan bagaimana	PLN UID Sulsebarbar mulai memberikan kompensasi pemadaman bergilir (PLN UID Sulsebarbar Mulai Memberikan Kompensasi	PLN mulai menyalurkan kompensasi kepada pelanggan yang terdampak pemadaman listrik bergilir. PLN mengonfirmasi bahwa proses pencairan kompensasi telah dimulai, dan pelanggan yang memenuhi syarat akan mendapatkan pengurangan tagihan

No	Pemberitaan Negatif		Pemberitaan Positif	
	Judul Berita	Isi Berita	Judul Berita	Isi Berita
	<i>Pemadaman Listrik Bergilir</i> , n.d.)	kompensasi akan diberikan.	<i>Pemadaman Bergilir ANTARA News Makassar</i> , n.d.)	listrik sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Keputusan ini mendapat respons positif dari masyarakat.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Komunikasi krisis yang efektif, terutama di era digital ini, sangat bergantung pada penggunaan strategi komunikasi yang tepat untuk memitigasi dampak negatif yang lebih luas. Salah satu teori yang relevan dalam mengelola komunikasi dalam krisis adalah *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* yang dikembangkan oleh Coombs (2007). SCCT menawarkan kerangka kerja yang memandu organisasi dalam memilih strategi komunikasi yang tepat berdasarkan konteks dan respons yang dihadapi. Dalam hal ini, SCCT memberikan panduan strategis untuk menanggapi krisis melalui empat pendekatan utama: *Deny, Diminish, Rebuild, dan Reinforce/Bolster*.

Dalam kasus pemadaman listrik di Sulselrabar, PLN mengadopsi SCCT untuk merumuskan strategi komunikasi yang tepat untuk mengatasi krisis. Strategi Deny, misalnya, diterapkan untuk menyangkal keterlibatan PLN dalam krisis, dengan memberikan penjelasan bahwa pemadaman listrik disebabkan oleh faktor eksternal seperti penurunan debit air di pembangkit listrik tenaga air (PLTA) akibat fenomena El Nino, serta gangguan teknis pada jaringan distribusi listrik. Di sisi lain, strategi Diminish digunakan untuk mengurangi persepsi negatif dari masyarakat dengan memberikan edukasi terkait penyebab teknis pemadaman listrik, serta langkah-langkah yang telah diambil oleh PLN untuk mengatasi masalah ini. Selain itu, PLN juga mengadopsi strategi Rebuild dengan menunjukkan komitmen untuk memperbaiki layanan melalui pemberian kompensasi kepada pelanggan yang terdampak. Terakhir, strategi Reinforce/Bolster digunakan untuk memperkuat citra positif PLN dengan menyoroti kontribusi sosial mereka, termasuk program CSR dan upaya menjaga stabilitas pasokan listrik di wilayah lain.

Penelitian ini menjadi sangat penting mengingat kurangnya penelitian yang mendalam terkait penerapan SCCT dalam konteks pemadaman listrik oleh PLN, khususnya di wilayah Sulselrabar. Meskipun telah banyak penelitian tentang komunikasi krisis secara umum, tidak banyak yang secara khusus mengkaji respons Humas PLN terhadap krisis pemadaman listrik yang terjadi di daerah tersebut. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada krisis komunikasi yang dihadapi oleh lembaga pemerintah atau perusahaan lainnya, sedangkan respons perusahaan publik di sektor utilitas seperti PLN terhadap krisis yang berkembang di media sosial dan media online masih kurang dieksplorasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji efektivitas strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Humas PLN Sulselrabar dalam merespons pemberitaan terkait pemadaman listrik. Dengan menggunakan pendekatan SCCT, penelitian ini tidak hanya akan mengidentifikasi strategi komunikasi yang paling relevan dan efektif dalam merespons krisis, tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana PLN dapat meningkatkan kepercayaan publik dan memperbaiki citra perusahaan dalam menghadapi krisis serupa di masa depan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Humas PLN Sulselrabar dalam menghadapi krisis pemadaman listrik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali persepsi, pandangan, dan pengalaman praktis yang dimiliki oleh pihak Humas PLN terkait komunikasi krisis pemadaman listrik di wilayah Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, dan Sulawesi Barat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis dan faktual mengenai fenomena komunikasi yang terjadi dalam krisis, serta menganalisis respons komunikasi yang diterapkan oleh PLN menggunakan pendekatan *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* yang relevan dengan konteks krisis yang terjadi.

Penelitian dilaksanakan di PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Sulselrabar, yang berlokasi di Jalan Hertasning Blok B, Makassar, karena lokasi ini merupakan pusat pengelolaan komunikasi dan tanggung jawab sosial perusahaan di wilayah tersebut. Penelitian berlangsung selama dua bulan, dari 26 November 2024 hingga 26 Januari 2025, untuk memastikan data yang diperoleh cukup lengkap dan relevan dengan tujuan penelitian. Subjek penelitian ini terdiri dari pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan komunikasi krisis, yaitu di Subbidang Komunikasi dan TJSL PT PLN Sulselrabar, yang dipilih menggunakan purposive sampling dengan mempertimbangkan kriteria tingkat jabatan, pengalaman kerja minimal 3 tahun, serta keterlibatan langsung dalam penyusunan dan pelaksanaan strategi komunikasi krisis. Informan yang diwawancarai adalah 1 orang Manager Komunikasi, 2 orang Assistant Manager Komunikasi, dan 3 orang Senior Officer Komunikasi dan TJSL, total sebanyak 6 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, baik secara offline dengan durasi sekitar 45-60 menit per sesi, untuk menggali informasi mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas PLN. Observasi dilakukan dengan memantau langsung aktivitas komunikasi yang dilakukan PLN melalui saluran media sosial resmi (Instagram, Twitter dan Facebook) dan pemberitaan di media online. Dokumentasi mengumpulkan berbagai dokumen resmi seperti rilis pers, laporan internal, dan publikasi media terkait pemadaman listrik. Studi literatur dilakukan untuk meninjau penelitian terdahulu dan teori yang relevan, khususnya mengenai SCCT yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini.

Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan memilah informasi yang relevan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi yang sistematis untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai temuan penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah dianalisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi data, yaitu dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, triangulasi teknik dilakukan dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data dan triangulasi waktu dengan mengumpulkan data dalam berbagai situasi untuk memastikan konsistensi informasi.

Dengan menggunakan pendekatan reflektif dan objektif, peneliti mengantisipasi potensi bias dalam penelitian ini. Peneliti berupaya meminimalkan bias dengan menjaga

keterbukaan terhadap berbagai pandangan dan melakukan konfirmasi data melalui triangulasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat dan komprehensif mengenai strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Humas PLN Sulselrabar dalam merespons pemberitaan media online terkait pemadaman listrik, serta memperkaya literatur dalam bidang komunikasi krisis dan penerapan SCCT dalam konteks perusahaan publik di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa Humas PT PLN (Persero) dalam menangani krisis pemadaman listrik di Sulawesi Selatan, Tenggara, dan Barat (Sulselrabar) pada periode Oktober 2023 hingga Januari 2024, menggunakan teori *Situational Crisis Communication (SCCT)* yang dikembangkan oleh (Coombs, 2007a). Berdasarkan wawancara mendalam dengan informan kunci dan observasi terhadap berbagai saluran komunikasi resmi PLN, ditemukan bahwa PLN mengimplementasikan empat strategi komunikasi utama dalam menghadapi pemberitaan negatif terkait pemadaman listrik, yakni *deny*, *diminish*, *rebuild*, dan *reinforcing/bolstering*. Berikut adalah rangkuman temuan terkait strategi-strategi tersebut yang digunakan Humas PLN dalam mengelola krisis:

Tabel 2. Matriks Temuan Strategi Komunikasi Krisis PLN Berdasarkan SCCT

Strategi SSCT	Deskripsi Strategi	Implementasi PLN	Bukti Observasi/Wawancara
<i>Deny</i>	Menangkis tuduhan atau mengalihkan tanggung jawab	Menyatakan bahwa pemadaman disebabkan oleh faktor eksternal seperti El Nino dan rendahnya debit air di PLTA.	"Kami segera mengklarifikasi melalui rilis pers bahwa pemadaman ini akibat kondisi alamiah yang di luar kendali kami." Senior Officer Komunikasi
<i>Diminish</i>	Mengurangi dampak negatif dengan memberikan edukasi	Menyampaikan informasi teknis mengenai kondisi sistem kelistrikan dan pentingnya manajemen beban listrik.	"Kami berusaha menjelaskan kepada masyarakat bahwa pemadaman bergilir adalah langkah antisipatif untuk melindungi jaringan dari kerusakan lebih besar." Assistant Manager Komunikasi

<i>Rebuild</i>	Membangun kembali kepercayaan publik melalui transparansi dan kompensasi	Memberikan kompensasi kepada pelanggan terdampak, seperti diskon tarif listrik dan program Tanggung Jawab Sosial (TJSL).	<i>“PLN memberikan kompensasi sebagai bentuk tanggung jawab kami kepada pelanggan yang terdampak langsung oleh pemadaman.”</i> Manager Komunikasi
<i>Reinforcing</i>	Memperkuat citra positif dengan menonjolkan pencapaian dan kontribusi sosial	Publikasi penghargaan dan kegiatan CSR, serta klarifikasi positif mengenai upaya pemulihan kelistrikan.	<i>“Kami menyoroti program CSR dan penghargaan yang kami terima, untuk menunjukkan bahwa PLN selalu berkomitmen pada pelayanan terbaik.”</i> Senior Officer Komunikasi

Sumber: Olahan Peneliti, 2025


Strategi Deny: Menangkis Tuduhan Negatif dan Mengklarifikasi Fakta

Dalam menghadapi tuduhan negatif terkait pemadaman listrik yang beredar di media sosial dan pemberitaan, PLN mengadopsi strategi komunikasi krisis dengan pendekatan deny strategy. Berdasarkan wawancara dengan informan kunci, PLN segera merespons dengan mengeluarkan klarifikasi mengenai penyebab pemadaman, yang disebabkan oleh faktor alamiah yang tidak dapat dikendalikan, seperti fenomena El Nino dan penurunan debit air di Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA). Untuk memastikan informasi yang jelas sampai ke publik, PLN memanfaatkan rilis pers dan media sosial untuk menyangkal tuduhan yang menyebutkan ketidaktransparanan dalam pengelolaan pemadaman.

Sebagai contoh, Manager Komunikasi PLN menyatakan, *“Kami segera mengklarifikasi melalui rilis pers bahwa pemadaman ini akibat kondisi alamiah yang di luar kendali kami.”* Informasi ini kemudian dibagikan melalui Instagram dan Twitter, dengan tujuan memberikan konteks mengenai pengaruh El Nino yang menyebabkan penurunan pasokan energi dari PLTA. Dengan cara ini, PLN berusaha menunjukkan bahwa pemadaman listrik bukan akibat dari kelalaian atau pengelolaan yang buruk, melainkan faktor eksternal yang tak terhindarkan.

Selain itu, PLN bekerja sama dengan media massa untuk memastikan pemberitaan yang beredar mengandung penjelasan resmi terkait penyebab pemadaman. Kerja sama dengan media lokal juga menjadi bagian dari upaya ini, guna memastikan informasi yang beredar tetap akurat dan sesuai dengan narasi yang ingin disampaikan.

Tabel 3. Strategi Deny: Menangkis Tuduhan Negatif dan Mengklarifikasi Fakta

No	Gambar	Deskripsi	Sumber	Penjelasan
1		Klarifikasi PLN tentang penyebab pemadaman listrik.	detiksulsel.com	Gambar ini menunjukkan rilis pers resmi yang dikeluarkan oleh PLN, yang mengklarifikasi bahwa pemadaman listrik disebabkan oleh faktor alamiah seperti penurunan debit air di pembangkit listrik tenaga air (PLTA) dan fenomena El Nino, yang berada di luar kendali perusahaan. PLN menggunakan media sosial untuk memberikan penjelasan tentang dampak fenomena El Nino yang menyebabkan penurunan pasokan energi, khususnya pada pembangkit listrik tenaga air. Informasi ini dimaksudkan untuk memberikan konteks dan mengurangi persepsi negatif terkait pemadaman listrik.
2		Informasi PLN Sulselrabar mengenai dampak El Nino.	Instagram @pln_sulselrabar	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dalam manajemen komunikasi krisis, strategi penyangkalan (*deny strategy*) adalah pendekatan di mana organisasi menolak adanya krisis atau menolak tanggung jawab atas krisis tersebut. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk melindungi reputasi organisasi dengan menghilangkan atau meminimalkan persepsi negatif dari publik. Menurut (Coombs, 2012), strategi penyangkalan termasuk dalam kategori *non-existence strategies*, yang digunakan ketika organisasi sebenarnya tidak mengalami krisis, namun ada rumor atau tuduhan yang beredar. Bentuk pesan dalam strategi ini dapat berupa penyangkalan langsung (*denial*), yaitu organisasi menyangkal adanya sesuatu yang tidak beres, atau dengan mengalihkan kesalahan kepada pihak lain (*shifting blame*).

Pendapat ini sejalan dengan teori *Image Repair Theory* dari Benoit (2015) yang menyebutkan bahwa dalam upaya mempertahankan citra positif, organisasi dapat memilih strategi denial dan *evading responsibility*, termasuk dengan menyalahkan pihak lain. Namun, efektivitas strategi ini bergantung pada persepsi publik terhadap kredibilitas organisasi dan bukti yang mendukung klaim tersebut.

Jika strategi denial atau *shifting blame* digunakan tanpa dasar yang kuat, justru bisa memperburuk situasi krisis dan menurunkan kepercayaan publik. Seperti disebutkan oleh Agility PR Solutions menyangkal krisis atau mengalihkan kesalahan tanpa transparansi dapat memperparah reputasi organisasi dalam jangka panjang (*8 Actions That Can Make a PR Crisis Worse - Agility PR Solutions*, n.d.).

Penelitian sebelumnya menunjukkan penerapan strategi penyangkalan dalam berbagai kasus. Misalnya, dalam studi mengenai strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Tupperware dalam menghadapi kebangkrutan, perusahaan menggunakan strategi penyangkalan dengan menyangkal adanya krisis atau menolak tanggung jawab atas krisis tersebut (Khotimah & Ula, 2023). Selain itu, dalam penelitian tentang strategi komunikasi krisis Humas Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta) dalam menangani kasus *revenge porn*, ditemukan bahwa Humas Untirta tidak menggunakan strategi beralasan (*excuse*), yang bertujuan untuk meminimalkan tanggung jawab organisasi dengan menyangkal bahwa organisasi tidak mungkin dengan sengaja menyebabkan krisis atau bahwa krisis terjadi di luar kendali organisasi (Nisa et al., 2024).

Penerapan strategi penyangkalan oleh PT PLN, khususnya di wilayah Sulselrabar, menjadi bagian dari upaya manajemen krisis dalam menghadapi rumor atau tuduhan terkait pemadaman listrik. Dalam konteks ini, PLN menggunakan dua bentuk utama dari strategi penyangkalan, yaitu *denial* dan *scape goat*. Melalui strategi *denial*, PLN secara tegas menyangkal adanya kelalaian atau kesalahan dalam manajemen kelistrikan dan menekankan bahwa pemadaman bukan disebabkan oleh faktor internal perusahaan. PLN secara proaktif menyampaikan klarifikasi melalui rilis pers resmi dan media sosial untuk membantah klaim negatif yang beredar di media online, terutama yang menuding adanya ketidaktransparanan dalam pengelolaan sistem kelistrikan.

Sedangkan dalam strategi *scape goat* ini, PLN mengalihkan penyebab utama pemadaman listrik kepada faktor eksternal yang berada di luar kendali perusahaan. Dalam pernyataan resminya, PLN menegaskan bahwa pemadaman listrik yang terjadi dipicu oleh faktor teknis dan alamiah, seperti rendahnya debit air di Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) dan dampak fenomena El Nino Dengan menempatkan kondisi alam sebagai penyebab utama, PLN berupaya membentuk persepsi publik bahwa permasalahan yang terjadi bukan merupakan akibat dari kesalahan atau ketidakmampuan perusahaan dalam mengelola kelistrikan.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa PT PLN secara konsisten menerapkan strategi penyangkalan dengan pendekatan *denial* dan *scape goat* untuk menangkalkan tuduhan yang beredar terkait pemadaman listrik. Melalui pernyataan resmi yang menekankan faktor eksternal sebagai penyebab utama, serta penggunaan media digital untuk menjangkau masyarakat secara luas, PLN berupaya mempertahankan reputasi dan kepercayaan publik terhadap kinerja perusahaan dalam menghadapi isu yang berkembang.

Strategi *denial* dan *scape goat* yang diterapkan oleh PLN mencerminkan upaya perusahaan dalam mengendalikan narasi publik dengan menyampaikan klarifikasi

melalui saluran komunikasi yang telah terstruktur. PLN menerapkan strategi deny strategy dengan mengaktifkan berbagai media, seperti media sosial (Twitter, Instagram dan Facebook) dan rilis pers resmi, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan adalah informasi yang valid dan dapat diterima oleh publik. Langkah ini mencerminkan upaya PLN untuk mengontrol narasi yang berkembang dan memastikan bahwa persepsi masyarakat terhadap krisis pemadaman listrik tetap terjaga sesuai dengan versi resmi perusahaan.

Dalam menghadapi krisis pemadaman listrik, PLN juga bekerja sama dengan media massa untuk memastikan bahwa pemberitaan yang beredar memiliki prinsip *cover both sides*, yaitu tidak hanya menampilkan keluhan pelanggan, tetapi juga menyajikan penjelasan resmi dari PLN. Melalui wawancara eksklusif dengan media, PLN memperkuat pesan bahwa pemadaman listrik terjadi akibat faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Secara keseluruhan, PLN berupaya mengendalikan narasi publik dengan menggunakan berbagai platform komunikasi, baik digital maupun media konvensional. Pendekatan ini menunjukkan kesadaran perusahaan akan pentingnya menjaga citra dan reputasi di tengah situasi krisis, terutama dalam menghadapi potensi kesalahpahaman serta penyebaran informasi yang tidak akurat di masyarakat. Namun, efektivitas strategi ini dalam membentuk opini publik masih perlu dianalisis lebih lanjut, khususnya dalam menilai bagaimana masyarakat merespons klarifikasi yang diberikan oleh PLN melalui berbagai saluran komunikasi tersebut.

Penelitian oleh Putri et al., (2019) juga menunjukkan bahwa penggunaan deny strategy efektif jika didukung oleh fakta teknis yang kredibel atau sesuai. Kelebihan dari strategi ini adalah memungkinkan publik memperoleh pemahaman lebih mendalam tentang penyebab teknis krisis. Upaya pendidikan yang berulang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya efisiensi energi. Namun, kekurangan dari strategi ini adalah bahwa konsistensi penyampaian pesan harus dipertahankan di seluruh platform agar tidak menimbulkan kebingungan di kalangan publik.

Dalam perspektif *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, strategi deny yang diterapkan oleh PLN digunakan untuk mengurangi dampak krisis dengan menyangkal adanya krisis atau menyoroiti penyebab eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Pendekatan ini efektif jika organisasi mampu menyampaikan pesan yang konsisten dan berbasis pada fakta yang kredibel. Dalam hal ini, PLN harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada publik tidak hanya jelas, tetapi juga dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Konsistensi pesan di berbagai *platform* komunikasi menjadi kunci utama dalam menjaga kepercayaan publik terhadap PLN.

Strategi *Diminish*: Membangun Pemahaman Publik

Strategi *diminish* digunakan oleh PLN untuk mengurangi persepsi negatif dengan memberikan edukasi tentang penyebab teknis pemadaman listrik. PLN menyampaikan informasi mengenai kondisi kelistrikan dan bagaimana faktor eksternal seperti rendahnya debit air di PLTA dapat menyebabkan berkurangnya pasokan listrik. Upaya edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman publik mengenai langkah-langkah mitigasi yang diambil PLN, termasuk manajemen beban listrik yang diterapkan.



Assistant Manager Komunikasi PLN menjelaskan, "*Kami berusaha menjelaskan kepada masyarakat bahwa pemadaman bergilir adalah langkah antisipatif untuk melindungi jaringan dari kerusakan lebih besar.*" Strategi ini bertujuan untuk

menjelaskan alasan teknis di balik keputusan untuk melakukan pemadaman bergilir dan bagaimana langkah tersebut dilakukan untuk menghindari kerusakan lebih parah pada sistem kelistrikan.

Dalam hal ini, PLN menggunakan media sosial dan siaran pers untuk menyampaikan data teknis yang dapat membantu masyarakat memahami situasi. Infografis dan video pendek yang menjelaskan penyebab pemadaman bergilir juga dipublikasikan di Instagram dan Facebook sebagai cara untuk menyampaikan informasi yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat. Langkah ini diambil untuk menenangkan publik dan mengurangi spekulasi yang berkembang di media sosial.

Tabel 4. Strategi *Diminish*: Membangun Pemahaman Publik

No	Gambar	Deskripsi	Sumber	Penjelasan
1		Tampilan media sosial PLN Sulselrabar.	Humas dan program TJSJ PLN	Gambar ini menggambarkan aktivitas PLN dalam mengelola komunikasi krisis melalui media sosial, di mana mereka merespons keluhan masyarakat secara langsung. Penggunaan platform ini untuk memberikan informasi transparan dan membalas pertanyaan menunjukkan strategi komunikasi dua arah yang efektif.

<p>2</p>	 <p>The image shows a social media post from PLN (Persero) regarding weather modification to mitigate prolonged drought. The text discusses the impact of drought on power generation and the company's strategy to optimize clean energy production through weather modification. It mentions the involvement of various stakeholders and the goal of maintaining power supply during the dry season.</p>	<p>Postingan informasi awal jelang kemarau yang memicu pemadaman bergilir.</p>	<p>Instagram @pln_sulselrabar</p>	<p>Sebelum pemadaman bergilir diberlakukan, PLN memberikan informasi awal tentang risiko kelistrikan selama musim kemarau. Postingan ini mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya manajemen beban listrik untuk mencegah kerusakan sistem yang lebih besar, sesuai dengan strategi diminish untuk mengurangi persepsi negatif.</p>
<p>3</p>	 <p>The image shows two social media posts from PLN providing information about the power system in Ujondong, Sulawesi Selatan. The posts list various power plants and their capacities, along with details about the system's performance and the company's commitment to maintaining a stable power supply.</p>	<p>Informasi awal manajemen beban listrik.</p>	<p>Instagram @pln_sulselrabar</p>	<p>Informasi ini memberikan jadwal dan wilayah yang terdampak oleh pemadaman listrik bergilir, yang disebabkan oleh berkurangnya debit air di PLTA dan kegiatan pemeliharaan. Penyampaian informasi ini menggunakan saluran resmi untuk memberi pemahaman yang jelas kepada masyarakat mengenai langkah mitigasi yang diambil.</p>

4		Edukasi teknologi Instagram modifikasi cuaca @pln_sulselrabar oleh PLN	PLN menggunakan teknologi modifikasi cuaca sebagai bagian dari edukasi kepada masyarakat, menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mengandalkan pemeliharaan sistem kelistrikan, tetapi juga berinovasi untuk mengatasi tantangan yang timbul akibat cuaca ekstrem.
---	-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dalam manajemen komunikasi krisis, strategi pengurangan (*diminish strategy*) adalah pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk mengurangi persepsi negatif publik terhadap krisis yang terjadi. Tujuan utama dari strategi ini adalah meminimalkan dampak krisis terhadap reputasi organisasi dengan memberikan penjelasan yang logis, agar publik dapat memahami situasi yang sebenarnya tanpa sepenuhnya menyalahkan organisasi. Menurut Coombs, strategi pengurangan termasuk dalam kategori strategi respons krisis yang berfokus pada upaya untuk meminimalkan tanggung jawab dan mengurangi keseriusan dalam menangani krisis (Aji & Purworini, 2024)

Penelitian sebelumnya menunjukkan penerapan strategi pengurangan dalam berbagai kasus. Misalnya, dalam studi mengenai komunikasi krisis yang diterapkan oleh Humas Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta) terkait kasus *revenge porn*, ditemukan bahwa mereka menggunakan strategi pengurangan dengan taktik justifikasi. Taktik ini melibatkan konferensi pers dan pernyataan resmi untuk menjelaskan penanganan kasus tersebut (Nisa et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengurangan sering digunakan untuk mempertahankan reputasi organisasi dengan cara memberikan penjelasan yang lebih mendalam kepada publik.

Selain itu, strategi serupa juga diterapkan oleh pemerintah Indonesia dalam menghadapi krisis Covid-19. Pemerintah menggunakan justifikasi untuk menjelaskan keputusan-keputusan yang diambil dalam penanganan pandemi. Dalam hal ini, pemerintah berusaha memberikan klarifikasi mengenai langkah-langkah yang diambil, serta alasan di balik kebijakan tersebut, guna meredakan ketidakpastian dan menjaga kepercayaan publik (Aziz & Wicaksono, 2020). Dengan pendekatan ini, baik Humas Untirta maupun pemerintah Indonesia menunjukkan bagaimana pentingnya komunikasi yang transparan dan jelas dalam memitigasi dampak negatif dari krisis dan mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat.

PT PLN (Persero), khususnya di wilayah Sulselrabar, mengimplementasikan strategi pengurangan dalam menghadapi krisis pemadaman listrik. Dalam hal ini, PLN berfokus pada edukasi dan memberikan data teknis yang jelas untuk meningkatkan pemahaman masyarakat bahwa pemadaman bergilir merupakan langkah preventif untuk melindungi sistem kelistrikan dari kerusakan yang lebih besar. Strategi ini tercermin dalam penggunaan media sosial sebagai saluran utama PLN dalam menyampaikan penjelasan kepada masyarakat. Platform seperti Twitter, Instagram dan Facebook dimanfaatkan untuk menjelaskan alasan di balik kebijakan pemadaman bergilir serta langkah-langkah mitigasi yang telah diambil oleh PLN. Informasi ini tidak hanya berfungsi sebagai klarifikasi, tetapi juga sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai tantangan yang dihadapi PLN dalam menjaga kestabilan sistem kelistrikan.

Penyampaian informasi yang transparan mengenai kondisi sistem kelistrikan menjadi salah satu prioritas dalam membangun kepercayaan publik. Dengan menyediakan data yang terbuka dan jelas, PLN mengurangi kemungkinan spekulasi yang dapat memperburuk persepsi negatif terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa PLN tidak hanya bergantung pada pendekatan defensif, tetapi juga mengimplementasikan strategi proaktif untuk menciptakan pemahaman yang lebih objektif di kalangan masyarakat.

Selain itu, PLN meluncurkan kampanye efisiensi listrik, yang bertujuan untuk mengajak masyarakat berpartisipasi dalam mengurangi konsumsi listrik sebagai bagian dari solusi bersama. Kampanye ini tidak hanya menyosialisasikan pentingnya penghematan energi melalui media sosial, tetapi juga bekerja sama dengan media lokal untuk menjelaskan bahwa pemadaman bergilir adalah langkah preventif, bukan kebijakan sepihak. Dengan langkah ini, PLN berharap dapat melibatkan masyarakat dalam menjaga kestabilan pasokan listrik.

Penerapan strategi *diminish* oleh PLN dapat dilihat dari langkah-langkah komunikasi yang menekankan edukasi dan transparansi. PLN menggunakan media sosial dan data teknis yang terbuka untuk mengontrol narasi publik dan membangun pemahaman yang lebih baik terkait kebijakan yang diambil. Meskipun strategi ini menunjukkan potensi untuk meredakan keresahan masyarakat, efektivitasnya masih perlu dianalisis lebih lanjut, terutama dalam hal respons masyarakat terhadap kampanye dan edukasi yang dilakukan oleh PLN.

Penelitian oleh Nurulhuda et al., (2022) menjelaskan bahwa strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT PLN (Persero) dalam merespons pemadaman listrik di Jakarta menunjukkan pentingnya komunikasi yang transparan dan cepat. Komunikasi yang efektif tidak hanya membantu meredakan kekhawatiran masyarakat tetapi juga menyediakan informasi yang akurat, membangun pemahaman bersama antara perusahaan dan publik. Dengan demikian, strategi *diminish* yang diterapkan PLN berpotensi mengurangi persepsi negatif dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

PT PLN (Persero), khususnya di wilayah Sulselrabar menerapkan strategi komunikasi berbasis edukasi untuk meredakan krisis pemadaman listrik. Respons cepat terhadap pertanyaan dan keluhan masyarakat melalui platform digital seperti Twitter dan Instagram menjadi salah satu bentuk penerapan strategi ini. PLN tidak hanya memberikan klarifikasi terkait penyebab pemadaman tetapi juga mengedukasi

masyarakat tentang pentingnya pengelolaan daya listrik secara bijak, mengubah pola komunikasi dari sekadar klarifikasi menjadi pendekatan edukatif yang lebih interaktif. Strategi komunikasi berbasis edukasi yang diterapkan PLN memiliki dampak positif dalam meredam spekulasi dan persepsi negatif masyarakat terhadap kebijakan pemadaman listrik. Dengan mengombinasikan transparansi data teknis dan keterlibatan masyarakat dalam kampanye efisiensi listrik, PLN berhasil membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Kampanye efisiensi listrik ini juga berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penghematan energi, yang diharapkan dapat menciptakan perubahan perilaku jangka panjang dalam penggunaan listrik yang lebih berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kombinasi antara transparansi dalam penyampaian data teknis dan pendekatan edukasi publik menunjukkan bahwa PLN tidak hanya berusaha menghindari tanggung jawab penuh atas krisis yang terjadi, tetapi juga berupaya memberdayakan masyarakat agar lebih memahami serta berkontribusi dalam pengelolaan daya listrik. Langkah ini mencerminkan strategi komunikasi yang lebih komprehensif dan proaktif dalam menghadapi krisis. Namun, efektivitas strategi ini masih perlu dianalisis lebih lanjut dengan melihat tingkat pemahaman masyarakat serta perubahan perilaku mereka dalam menggunakan listrik setelah kampanye ini berjalan.

Dalam perspektif *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, strategi *diminish* digunakan untuk mengurangi persepsi bahwa organisasi sepenuhnya bertanggung jawab atas krisis yang terjadi. PLN mengedepankan transparansi dan mengajak masyarakat terlibat dalam kampanye efisiensi listrik untuk tidak hanya mengurangi persepsi negatif, tetapi juga memberdayakan masyarakat dalam penyelesaian masalah kelistrikan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa PLN tidak hanya berfokus pada klarifikasi situasi, tetapi juga berusaha mengelola opini publik dengan lebih komprehensif, menekankan edukasi dan transparansi sebagai kunci utama untuk membangun kepercayaan.



Strategi Rebuild: Meningkatkan Kepercayaan Publik Melalui Transparansi dan Kompensasi

Strategi *rebuild* difokuskan pada pemulihan kepercayaan publik setelah krisis terjadi. PLN memberikan kompensasi kepada pelanggan yang terdampak pemadaman listrik, baik melalui pengurangan biaya listrik maupun program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Ini menunjukkan komitmen PLN terhadap tanggung jawab sosial dan keterbukaan dalam menghadapi krisis. Selain itu, PLN juga memperkenalkan berbagai program TJSL seperti pelatihan UMKM untuk mendukung masyarakat yang terkena dampak.

Menurut Senior Officer Komunikasi, "*PLN memberikan kompensasi sebagai bentuk tanggung jawab kami kepada pelanggan yang terdampak langsung oleh pemadaman.*" Langkah ini dimaksudkan untuk menunjukkan kepedulian PLN terhadap pelanggan yang menderita akibat krisis, serta membuktikan bahwa PLN bertanggung jawab atas layanan yang mereka berikan.

Pemberian kompensasi dilakukan secara terbuka melalui saluran media sosial, yang memungkinkan pelanggan untuk mengetahui langkah-langkah yang diambil oleh PLN. Selain itu, PLN juga memperkenalkan program pemberdayaan UMKM, yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada pemulihan layanan kelistrikan tetapi juga pada pembangunan sosial-ekonomi di daerah yang terdampak.

Tabel 5. Strategi Rebuild: Meningkatkan Kepercayaan Publik melalui Transparansi dan Kompensasi

No	Gambar	Deskripsi	Sumber	Penjelasan
1	 <p>Berikan Kompensasi ke Pelanggan, Ini Cara Cek bagi Pelanggan PLN UID Sulselrabar</p> <p>PT PLN (Persero) terus berupaya memberikan pelayanan terbaik dengan mengadopsi inovasi terbaru di semua layanan. Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Barat adalah provinsi yang mendapat prioritas yang berkaitan dengan meningkatkan kemampuan Pemangku Lini Tenaga Air (PLTA).</p> <p>Sebelum dilakukan sebelumnya, PLN telah memberikan kompensasi pelanggan melalui surat SKD-13 yang ditujukan di Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara dan Sulawesi Barat dengan yang berdampak signifikan sebesar Rp100 miliar (Rp100 Miliar) tahun 2023. Timbang Tingkat Mutu Pelayanan dan Biaya.</p> <p>PLN UID SULSELBAR</p> <p>The New PLN 4.0 Unleashing Energy and Beyond</p>	<p>PLN memberikan kompensasi dan diskon tarif listrik.</p>	<p>Instagram @pln_sulselrabar</p>	<p>Gambar ini menunjukkan langkah PLN dalam memberikan kompensasi kepada pelanggan yang terdampak pemadaman. Pemberian diskon tarif listrik merupakan bagian dari strategi rebuild untuk memulihkan kepercayaan publik dan memperbaiki hubungan dengan pelanggan. Melalui program TJSL, PLN berupaya membangun kembali kepercayaan dengan menunjukkan komitmennya terhadap pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat, seperti pelatihan untuk UMKM dan pembangunan infrastruktur di daerah yang terdampak.</p>
2	 <p>LEWAT PROGRAM TJSL</p> <p>PLN Dorong Pengembangan Desa Wisata Kassi, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan</p> <p>PT PLN (Persero) melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) PLN Profil terus mendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan desa wisata salah satunya di Desa Kassi, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan.</p> <p>PLN UID SULSELBAR</p> <p>The New PLN 4.0 Unleashing Energy and Beyond</p>	<p>Program Tanggung Sosial dan Lingkungan (TJSL).</p>	<p>Instagram @pln_sulselrabar</p>	<p>Gambar ini menunjukkan langkah PLN dalam memberikan kompensasi kepada pelanggan yang terdampak pemadaman. Pemberian diskon tarif listrik merupakan bagian dari strategi rebuild untuk memulihkan kepercayaan publik dan memperbaiki hubungan dengan pelanggan. Melalui program TJSL, PLN berupaya membangun kembali kepercayaan dengan menunjukkan komitmennya terhadap pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat, seperti pelatihan untuk UMKM dan pembangunan infrastruktur di daerah yang terdampak.</p>

No	Gambar	Deskripsi	Sumber	Penjelasan
3		Apresiasi Wali Kota Makassar untuk PLN Sulselrabar.	Instagram @pln_sulselrabar	Dalam upaya reinforcing, PLN mendapatkan apresiasi dari pemerintah daerah atas upaya pemulihan sistem kelistrikan yang terdampak oleh pemadaman. Ini menjadi bukti nyata bahwa PLN berkolaborasi dengan pemangku kepentingan untuk memastikan layanan terbaik bagi masyarakat.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dalam manajemen komunikasi krisis, strategi membangun kembali (*rebuild strategy*) adalah pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk memulihkan reputasi dan kepercayaan publik setelah terjadinya krisis. Strategi ini melibatkan tindakan nyata yang menunjukkan tanggung jawab organisasi, seperti memberikan kompensasi kepada pihak yang terdampak, meminta maaf secara terbuka, dan menunjukkan komitmen untuk melakukan perbaikan guna mencegah terulangnya krisis serupa di masa depan.

Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk memperbaiki citra organisasi dan membangun kembali hubungan yang positif dengan publik. Menurut Coombs, strategi membangun kembali termasuk dalam kategori strategi respons krisis yang berfokus pada upaya organisasi untuk memperbaiki reputasi dengan cara mengambil tanggung jawab dan menunjukkan kepedulian terhadap korban krisis (Juliana et al., 2022).

Penelitian sebelumnya menunjukkan penerapan strategi rebuild dalam berbagai konteks organisasi. Salah satu studi yang relevan adalah yang dilakukan oleh Zuhdi & Ayuningtyas (2024) yang menganalisis komunikasi krisis yang diterapkan oleh PT Pertamina dalam menghadapi insiden kebakaran tangki di Kilang Balongan. Penelitian tersebut menemukan bahwa Pertamina menggunakan strategi rebuild dengan memberikan pernyataan resmi yang menyatakan permintaan maaf dan memberikan kompensasi kepada masyarakat yang terdampak. Pendekatan ini bertujuan untuk memulihkan kepercayaan publik dengan menunjukkan tanggung jawab dan komitmen perusahaan untuk memperbaiki kesalahan.

Selain itu, dalam penelitian oleh Prathama & Rumekar (2022) tentang strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Adidas dalam kasus unggahan yang kontroversial di media sosial, ditemukan bahwa perusahaan menggunakan strategi rebuild dengan mengakui kesalahan dan berkomitmen untuk melakukan perbaikan guna mencegah kejadian serupa di masa depan. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam

menghadapi krisis, mengakui kesalahan dan berkomitmen untuk memperbaiki situasi merupakan langkah penting dalam memulihkan hubungan dengan publik.

Penelitian-penelitian ini mengilustrasikan pentingnya penggunaan strategi rebuild dalam membangun kembali citra organisasi yang terdampak oleh krisis. Dalam konteks tersebut, penerapan strategi ini memungkinkan organisasi untuk tidak hanya memperbaiki reputasi mereka tetapi juga menjaga hubungan yang lebih baik dengan publik.

PT PLN (Persero), khususnya di wilayah Sulselrabar, menerapkan strategi rebuild sebagai langkah utama dalam memulihkan kepercayaan publik setelah terjadinya krisis pemadaman listrik. Strategi ini diwujudkan melalui pemberian kompensasi kepada pelanggan yang terdampak, sesuai dengan regulasi yang berlaku. Pemberian kompensasi ini mencerminkan akuntabilitas dan kepedulian PLN terhadap pelanggan, sekaligus menegaskan komitmen perusahaan dalam menangani dampak langsung yang ditimbulkan oleh krisis tersebut.

Transparansi dalam komunikasi menjadi faktor kunci dalam strategi ini. PLN mengumumkan kebijakan kompensasi melalui media sosial dan media daring untuk menjangkau masyarakat secara luas. Langkah ini memastikan pelanggan memahami mekanisme kompensasi yang diberikan dan memperoleh informasi yang jelas mengenai tindakan yang diambil perusahaan dalam menangani situasi tersebut (Putri et al., 2019).

Selain kompensasi finansial, PLN juga memperkuat hubungan dengan masyarakat melalui program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Program ini mencakup berbagai inisiatif, seperti pelatihan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta dukungan terhadap pembangunan infrastruktur di desa-desa. Implementasi program TJSL ini menunjukkan bahwa PLN tidak hanya fokus pada pemulihan layanan kelistrikan, tetapi juga berupaya mendukung pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, PLN menegaskan posisinya sebagai perusahaan yang tidak hanya bertanggung jawab atas penyediaan listrik, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan komunitas di wilayah operasionalnya.

Melalui strategi rebuild, PLN memberikan kompensasi kepada pelanggan yang terkena dampak sesuai dengan aturan yang berlaku, yakni pengurangan pembayaran tagihan untuk pelanggan pascabayar dan penambahan voucher untuk pelanggan prabayar. Permintaan maaf juga disampaikan melalui media online dan konferensi pers. Selain itu, PLN menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat sekitar dengan mencanangkan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Pendekatan ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh Irwanto & Cangara (2024), yang menegaskan bahwa pemberian kompensasi dan pelaksanaan program sosial dapat membantu memulihkan kepercayaan publik.

Strategi rebuild PLN menggabungkan aspek kompensasi finansial dengan upaya pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini berpotensi meningkatkan citra positif PLN di mata publik, karena perusahaan tidak hanya berfokus pada penyelesaian dampak jangka pendek, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Namun, efektivitas strategi ini masih perlu dianalisis lebih lanjut, dengan memperhatikan bagaimana respons masyarakat terhadap langkah-langkah yang diambil. Evaluasi terhadap respons masyarakat menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana strategi rebuild ini berhasil membentuk opini publik dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap PLN pasca-krisis.

Lebih lanjut, PLN tidak hanya mengandalkan pemberian kompensasi sebagai strategi utama dalam pemulihan kepercayaan publik, tetapi juga memperkuat komunikasi langsung dengan pelanggan. Hal ini diwujudkan melalui pertemuan dengan Wali Kota Makassar, yang bertujuan untuk mendengarkan keluhan masyarakat serta menjelaskan langkah-langkah perbaikan layanan yang telah dan akan dilakukan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa PLN berusaha membangun keterbukaan dan responsivitas terhadap aspirasi pelanggan. Dengan melibatkan pemimpin daerah dalam diskusi, PLN tidak hanya meningkatkan kredibilitasnya, tetapi juga menunjukkan komitmennya dalam menyelesaikan permasalahan secara langsung di tingkat lokal.

Dalam perspektif *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, strategi rebuild dianggap sebagai salah satu pendekatan yang paling efektif dalam memulihkan reputasi perusahaan, terutama jika krisis yang terjadi memiliki dampak langsung terhadap pelanggan. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada kompensasi finansial, tetapi juga menekankan pentingnya membangun kembali hubungan sosial dengan masyarakat. Dengan mengombinasikan transparansi, kompensasi, dan pemberdayaan masyarakat, PLN berupaya membangun kembali reputasinya secara lebih komprehensif dan memastikan bahwa pelanggan merasakan manfaat nyata dari langkah pemulihan yang dilakukan.

Strategi Reinforcing: Memperkuat Citra Positif PLN

Strategi reinforcing digunakan oleh PLN untuk memperkuat citra positif perusahaan di tengah krisis. PLN menyoroti pencapaian perusahaan, seperti penghargaan pelayanan pelanggan dan kontribusi sosial melalui program-program CSR yang telah dijalankan. Langkah ini bertujuan untuk mengimbangi narasi negatif yang berkembang akibat pemadaman listrik dan untuk menunjukkan bahwa PLN tetap berkomitmen pada pelayanan terbaik bagi pelanggan.

Sebagai contoh, Senior Officer Komunikasi mengungkapkan, "*Kami menyoroti program CSR dan penghargaan yang kami terima, untuk menunjukkan bahwa PLN selalu berkomitmen pada pelayanan terbaik.*" PLN juga mengandalkan media sosial sebagai platform untuk mempublikasikan pencapaian ini, guna memastikan pesan yang diterima oleh publik lebih seimbang.

PLN berusaha menonjolkan pencapaian positif seperti program penghijauan dan kegiatan sosial lainnya yang dilakukan oleh perusahaan, yang bertujuan untuk memperbaiki citra dan menyeimbangkan narasi yang berkembang di media massa. Mereka juga menggunakan media sosial untuk menyampaikan kisah-kisah positif mengenai kontribusi sosial perusahaan, serta menjelaskan langkah-langkah pemulihan yang sudah diambil oleh PLN setelah pemadaman.

Tabel 6. Strategi *Reinforcing*: Memperkuat Citra Positif PLN

No	Gambar	Deskripsi	Sumber	Penjelasan
1		PLN membangun citra lewat publikasi penghargaan.	Instagram @pln_sulselrabar	Gambar ini menggambarkan bagaimana PLN menggunakan penghargaan yang diterima sebagai bagian dari strategi untuk memperkuat citra positif perusahaan di tengah krisis. Pencapaian ini dipublikasikan untuk menyeimbangkan pemberitaan negatif mengenai pemadaman listrik.
2		Update informasi PLN melalui media sosial.	Instagram @pln_sulselrabar	Pembaruan informasi terkait kondisi kelistrikan dan pemadaman dilakukan secara rutin melalui media sosial, menekankan bahwa PLN tidak hanya mengandalkan klarifikasi pada saat krisis tetapi juga untuk menjaga komunikasi berkelanjutan dengan pelanggan.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dalam manajemen komunikasi krisis, strategi penguatan (*reinforcing atau bolstering strategies*) adalah pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk menyoroti aspek-aspek positif atau pencapaian mereka guna mengimbangi dampak negatif dari krisis yang sedang dihadapi. Tujuan utama dari strategi ini adalah mempertahankan atau meningkatkan citra positif organisasi di mata publik dengan menekankan kontribusi positif yang telah dilakukan sebelumnya. Strategi ini termasuk dalam kategori *secondary crisis response strategies*, yang berfungsi untuk mendukung strategi respons utama dengan cara menonjolkan reputasi positif organisasi sebelum krisis terjadi (Coombs, 2012).

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penerapan strategi reinforcing dalam berbagai konteks krisis yang dihadapi organisasi. Sebagai contoh, Tian & Yang (2022) menyelidiki penggunaan strategi bolstering dalam komunikasi krisis politik

selama pandemi COVID-19. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah menggunakan strategi ini untuk menyoroti pencapaian positif yang telah dilakukan, seperti penanganan kesehatan publik dan pemberian vaksin, guna mengimbangi kritik negatif yang muncul terkait dengan penanganan krisis tersebut. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan persepsi positif publik meskipun ada sejumlah tantangan besar yang harus dihadapi.

Dalam studi terbaru oleh Xia (2025) analisis terhadap krisis Galaxy Note 7 menunjukkan bahwa Samsung menerapkan strategi reinforcing dengan menekankan komitmen mereka terhadap inovasi dan keselamatan produk. Perusahaan berusaha mengingatkan publik akan rekam jejak positif mereka dalam teknologi dan kualitas produk untuk mengimbangi dampak negatif dari insiden tersebut.

Selain itu, penelitian oleh Coombs (2007b) menyarankan bahwa menonjolkan prestasi positif organisasi selama krisis dapat mengurangi dampak negatif terhadap reputasi perusahaan. Penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan ini penting karena membantu publik untuk melihat organisasi dalam konteks yang lebih positif, memperkuat hubungan emosional antara organisasi dan audiensnya.

PT PLN (Persero), khususnya di wilayah Sulselrabar, menerapkan strategi reinforcing untuk menjaga citra positif perusahaan di tengah krisis. Strategi ini dilakukan dengan mempublikasikan berbagai pencapaian positif, seperti penghargaan dalam pelayanan pelanggan dan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSL), yang mencakup kegiatan penghijauan serta dukungan terhadap pendidikan. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menyeimbangkan pemberitaan negatif yang muncul, dengan menonjolkan kontribusi positif yang telah diraih perusahaan. Dengan demikian, PLN berharap masyarakat tidak hanya menerima informasi terkait isu-isu negatif, seperti pemadaman listrik, tetapi juga mengetahui berbagai inisiatif sosial yang telah dijalankan oleh perusahaan (Putri et al., 2019).

Selain itu, PLN memanfaatkan berbagai platform komunikasi, baik cetak maupun online, untuk mengontrol narasi yang berkembang dan memastikan bahwa masyarakat memperoleh informasi yang seimbang mengenai perusahaan. Dengan pendekatan ini, PLN berupaya mempertahankan persepsi publik bahwa perusahaan tetap bertanggung jawab dan memiliki kontribusi sosial yang signifikan meskipun sedang menghadapi tantangan.

Dengan menerapkan strategi reinforcing, PLN berusaha mengurangi dampak negatif dari krisis pemadaman listrik dengan menekankan kontribusi positif yang telah mereka lakukan sebelumnya. Strategi reinforcing ini tidak hanya berfungsi untuk memperkuat persepsi positif terhadap perusahaan, tetapi juga untuk menangani potensi kerusakan reputasi akibat peristiwa krisis dengan cara yang lebih konstruktif dan membangun kembali hubungan dengan publik.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa PLN mampu mengelola komunikasi krisis dengan mendongkrak citra positifnya meskipun menghadapi tantangan besar. Dengan memanfaatkan berbagai platform untuk membagikan informasi mengenai kegiatan penghijauan, dukungan terhadap pendidikan, serta upaya lainnya dalam program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), PLN berupaya memberikan gambaran yang lebih seimbang kepada publik. Ini bertujuan agar masyarakat tidak hanya terpapar berita negatif terkait krisis, tetapi juga dapat melihat sisi positif dari kinerja PLN dalam berkontribusi terhadap masyarakat, yang memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab dan peduli.

Namun, meskipun strategi ini menunjukkan potensi besar untuk memperkuat citra positif PLN, efektivitasnya dalam mengubah persepsi negatif publik masih menjadi tantangan. Oleh karena itu, PLN perlu melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap strategi ini untuk menilai bagaimana respons masyarakat terhadap langkah-langkah yang diambil. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis sentimen media sosial dan survei kepuasan pelanggan. Pendekatan ini telah banyak diterapkan dalam studi komunikasi krisis untuk menilai respons masyarakat terhadap komunikasi perusahaan dan memahami bagaimana opini publik berkembang (Coombs, 2007). Dengan memanfaatkan data dari tren pemberitaan dan opini publik di media sosial, PLN dapat melakukan penyesuaian strategi jika hasil yang diperoleh belum sesuai dengan harapan, serta menjaga konsistensi komunikasi yang jelas.

Menurut Putri et al. (2019), strategi reinforcing memiliki potensi besar untuk mengimbangi laporan negatif dengan memperkuat narasi positif organisasi. Kekuatan utama dari strategi ini adalah kemampuannya dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat dengan menampilkan aspek positif dari perusahaan. Namun, penting untuk dicatat bahwa strategi ini perlu diimbangi dengan langkah-langkah konkret agar tidak terkesan manipulatif atau hanya sekadar pencitraan. Oleh karena itu, PLN harus memastikan bahwa publikasi pencapaian yang dilakukan tidak hanya berbicara tentang niat baik, tetapi juga didukung dengan bukti nyata, seperti peningkatan kualitas layanan, transparansi dalam komunikasi, dan tindakan nyata di lapangan.

Dengan demikian, strategi reinforcing diharapkan dapat mengurangi dampak negatif pemberitaan dan memastikan bahwa masyarakat tetap memiliki pandangan optimis terhadap perusahaan. Namun, efektivitas strategi ini sangat bergantung pada respons masyarakat terhadap komunikasi yang dilakukan oleh PLN, serta langkah-langkah perbaikan yang diambil berdasarkan hasil evaluasi. Evaluasi yang berkelanjutan menjadi aspek penting dalam memastikan bahwa strategi ini benar-benar mampu mencapai tujuan utama, yaitu mempertahankan dan memperkuat reputasi positif perusahaan di tengah tantangan dan krisis yang dihadapi.

Dalam perspektif *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, strategi reinforcing dianggap sebagai pendekatan yang efektif dalam membentuk persepsi positif organisasi di tengah krisis. Pendekatan ini menekankan pentingnya strategi komunikasi yang disesuaikan dengan tingkat ancaman krisis terhadap reputasi organisasi. Strategi reinforcing digunakan ketika organisasi memiliki rekam jejak positif yang dapat digunakan untuk mengurangi dampak negatif dari krisis dengan menonjolkan pencapaian sebelumnya yang relevan dan kontribusi positif yang telah dilakukan.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Humas PT PLN (Persero) dalam menangani krisis pemadaman listrik di Sulawesi Selatan, Tenggara, dan Barat (Sulselrabar) pada periode Oktober 2023 hingga Januari 2024, menggunakan teori *Situational Crisis Communication (SCCT)* yang dikembangkan oleh Coombs (2007). Melalui penerapan strategi deny, diminish, rebuild, dan reinforcing, PLN berhasil merespons pemberitaan negatif, membangun kembali kepercayaan publik, serta memperkuat citra positif perusahaan. Penggunaan media sosial dan komunikasi transparan menjadi kunci dalam menyampaikan pesan yang konsisten dan terpercaya kepada masyarakat, meskipun efektivitasnya perlu dievaluasi lebih lanjut.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar PLN terus meningkatkan keterlibatan publik melalui saluran komunikasi yang lebih interaktif dan edukatif. Selain itu, transparansi perlu dipertahankan untuk menghindari kesalahpahaman lebih lanjut. Keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan yang terbatas pada wilayah Sulselrabar dan jumlah informan yang terbatas, yang dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari strategi komunikasi ini dan untuk memperluas cakupan studi ke wilayah lainnya.

Referensi

- 8 actions that can make a PR crisis worse - Agility PR Solutions. (n.d.). Retrieved December 30, 2024, from <https://www.agilitypr.com/pr-news/crisis-comms-media-monitoring/8-actions-that-can-make-a-pr-crisis-worse/>
- 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 Sosial Dan Informasi*, 9(3), 515-530. <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/indexDOI:http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i3.215>
- Aziz, M. S., & Wicaksono, M. A. (2020). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia dalam Penanganan Covid-19. *Masyarakat Indonesia*, 46(2), 194-207.
- Benoit, W. L. (2015). Accounts, excuses, and apologies: image repair theory and research. In *Choice Reviews Online* (Vol. 52, Issue 08). Suny Press. <https://doi.org/10.5860/choice.189424>
- Coombs, W. T. (2007a). Crisis Management and Communications. *Institute for Public Relations*, 4(5), 1-14.
- Coombs, W. T. (2007b). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Coombs, W. T. (2012). *Parameters for Crisis Communication in "The Handbook of Crisis Communication"* Eds. W. Timothy Coombs & Sherry J. Holladay. Blackwell Publishing.
- Demo Pemadaman Bergilir Diwarnai Kericuhan di PLN Makassar, Warga: Kita Menderita. (n.d.). Retrieved December 25, 2024, from <https://makassar.kompas.com/read/2023/11/30/061500478/demo-pemadaman-bergilir-diwarnai-kericuhan-di-pln-makassar-warga--kita>
- Heide, M., & Simonsson, C. (2014). Developing internal crisis communication: New roles and practices of communication professionals. *Corporate Communications*, 19(2), 128-146. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-09-2012-0063>
- Imbas Pemadaman Listrik, PLN Sulselrabar Dilaporkan ke Ombudsman. (n.d.). Retrieved December 25, 2024, from <https://harian.news/imbaspemadamanlistrikpln-sulselrabar-dilaporkan-ke-ombudsman>
- Irwanto, & Cangara, H. (2024). Pemanfaatan platform media sosial dalam merespon krisis komunikasi: strategi public relations pt. pln pada kasus pemadaman listrik sulawesi selatan. *Jurnal BADATI*, 6(1), 180-200.
- Juliana, R., Asmara, S., & Kurniawati, D. (2022). Manajemen Komunikasi Krisis Direktorat Jenderal Pajak Dalam Mengatasi Dampak Negatif Dari Pemberitaan Pajak Pertambahan Nilai Barang Kebutuhan Pokok. *Komunika*, 18(2), 17-35. <https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9545>
- Khotimah, K., & Ula, D. M. (2023). Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(11), 40-50.

- Nadin, A. M., Ikhtiono, G., Sholeh Iskandar, B. J., Badak, K., Sereal, T., Bogor, K., & Barat, J. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 3(1), 76–87.
- Nisa, H., Winangsih, R., Framanik, N. A., Muldi, A., & Kurniawati, R. N. K. (2024). Strategi Komunikasi Krisis (Studi Kasus: Humas Untirta dalam Menangani Kasus Revengeporn). *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 172–182. <https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2231>
- Nurulhuda, I., Wulandari, M. P., & Prasetyo, B. D. (2022). Crisis Communication Strategy PT. PLN (Persero) in Responding to Electric Blackout in Jakarta in 2019. *International Journal of Science and Society*, 4(2), 291–298. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v4i2.470>
- PLN Sulselrabar Beri Kompensasi Rp 39 M untuk Pelanggan Terdampak Pemadaman. (n.d.). Retrieved December 25, 2024, from <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7065117/pln-sulselrabar-beri-kompensasi-rp-39-m-untuk-pelanggan-terdampak-pemadaman>
- PLN Sulselrabar Kaji Beri Kompensasi Imbas Pemadaman Listrik Bergilir. (n.d.). Retrieved December 25, 2024, from <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7019861/pln-sulselrabar-kaji-beri-kompensasi-imbaspemadaman-listrik-bergilir>
- PLN UID Sulselrabar mulai memberikan kompensasi pemadaman bergilir - ANTARA News Makassar. (n.d.). Retrieved December 25, 2024, from <https://makassar.antarane.ws.com/berita/516165/pln-uid-sulselrabar-mulai-memberikan-kompensasi-pemadaman-bergilir>
- Pramono Agung. (2023). PLN Ungkap Debit Air Kurang Penyebab Pemadaman Listrik Bergilir di Sulsel. Detik Sulsel. <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6923662/pln-ungkap-debit-air-kurang-penyebab-pemadaman-listrik-bergilir-di-sulsel>
- Prathama & Rumekar. (2022). Strategi Manajemen Kritis Perusahaan Adidas (Kasus Kontroversi Desain Wayang). *Jurnal Representamen*, 8(1), 1–13.
- Putri, A. W., JK, S., & Rahmanto, A. N. (2019). KOMUNIKASI KRISIS KEMENTERIAN PERTANIAN PADA KASUS PENGGEREBEKAN GUDANG BERAS PT IBU (Analisis Isi Kualitatif Menggunakan Situational Crisis Communication Theory). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 53. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1765>
- Tamrin, A. (2023). PLN jelaskan penyebab Makassar sering mati lampu meski sudah mulai hujan. Detik.Com. <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7057090/pln-jelaskan-penyebab-makassar-sering-mati-lampu-meski-sudah-mulai-hujan>
- Tian, Y., & Yang, J. (2022). Deny or bolster? A comparative study of crisis communication strategies between Trump and Cuomo in COVID-19. *Public Relations Review*, 48(2), 102182. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102182>
- Xia, M. (2025). Consumer Response and Corporate Crisis Communication Strategies in Brand Crisis Events: A Case Study of Samsung Galaxy Note 7. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 49, 33–39. <https://doi.org/10.54097/m49bqk77>
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>
- Zuhdi, I. N., & Ayuningtyas, F. (2024). Penerapan Komunikasi Empatik Pada Penanganan Krisis Studi kasus Meledaknya Depo Pertamina Plumpang. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1–21. <https://doi.org/10.21009/comm.032.01>