

ANALISIS KOMUNIKASI KRISIS GUBERNUR JAWA TENGAH GANJAR PRANOWO MENGHADAPI PANDEMI COVID-19

ALKOMARI

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Selamat Sri
Jalan Soekarno Hatta Km.03 Telepon (0294) 3690577 Kendal
Email:komarisindo@gmail.com/ Telepon :081325010086

ABSTRAK

Komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dengan masyarakat ditengah krisis pandemi Covid-19 yang dihadapi masyarakat menjadi sorotan media. Hal itu karena Ganjar Pranowo mengeluarkan program penanganan pencegahan penyebaran Covid-19 yang berbeda dibandingkan daerah lain. Jika daerah lain seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur memilih Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Jawa Tengah melaunching Jogo Tonggo. Penelitian ini memfokuskan permasalahan pada bagaimana komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo ditengah pandemi Covid-19 yang dihadapi masyarakat. Sehingga tujuannya untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang dilakukan Ganjar Pranowo ditengah krisis pandemi Covid-19 yang dialami masyarakat di Jawa Tengah. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Sedangkan analisis yang digunakan untuk mengkaji permasalahan penelitian adalah analisis wacana dan didukung dengan Teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). Peneliti memiliki tiga informan penelitian diantaranya jurnalis senior yang juga Ketua Persatuan Wartawan Indonesia Jawa Tengah Amir Machmud sebagai informan utama, Ketua RW X Kelurahan Rejosari Semarang Widyanto Tri Handoko informan pendukung satu dan pegiat media sosial Arty Yuniarto sebagai informan pendukung dua. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi krisis yang dilakukan Ganjar Pranowo sangat intensif baik secara tatap muka maupun melalui media online. Tingginya intensitas komunikasi tersebut memperlihatkan tingginya kepedulian dan kedekatan Ganjar Pranowo terhadap masyarakat. Adapun hasil analisis wacana dalam penelitian ini menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo ditengah krisis pandemi Covid-19 memiliki motif politik pencitraan menuju Pemilihan Presiden 2024. Penelitian ini mengambil kesimpulan bahwa komunikasi krisis yang dilakukan Ganjar Pranowo membawa dampak positif bagi reputasi Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah.

Kata Kunci: *Komunikasi Krisis, Media Sosial, Covid-19*

ABSTRACT

Central Java Governor Ganjar Pranowo's communication with the public in the midst of the Covid-19 pandemic crisis faced by the public came under the media spotlight. That is because Ganjar Pranowo issued a program to prevent the spread of Covid-19 which is different from other regions. If other regions such as DKI Jakarta, West Java and East Java choose Large-Scale Social Restrictions, Central Java launches Jogo Tonggo. This research focuses on the problem of how the crisis communication is carried out by the Governor of Central Java Ganjar Pranowo in the midst of the Covid-19 pandemic faced by the community. So the aim is to find out how the communication made by Ganjar Pranowo in the midst of the Covid-19 pandemic crisis experienced by people in Central Java. Researchers used descriptive qualitative research methods with constructivist paradigms. While the analysis used to study the research problem is discourse analysis and is supported by the *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) Theory. The researcher has three research informants including senior journalist who is also the Chairman of Central Java Indonesian Journalists Association Amir Machmud as the main informant, Chairman of RW X Rejosari Urban Semarang City Widyanto Tri Handoko informant supporting one and social media activist Arty Yuniarto as supporting informant two. The results of the study showed that crisis communication conducted by Ganjar Pranowo was very intensive both face-to-face and through online media. The high intensity of communication shows the high concern and closeness of Ganjar Pranowo to the community. The results of the discourse analysis in this study stated that the communication made by the Governor of Central Java Ganjar Pranowo in the midst of the Covid-19 pandemic crisis had political motives for imaging towards the 2024 Presidential Election. This research concludes that crisis communication conducted by Ganjar Pranowo had a positive impact on Ganjar Pranowo's reputation as Governor of Central Java.

CoverAge:

Journal of Strategic
Communication

Vol. 11, No. 1, Hal. 27-37.

Maret 2020

Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Pancasila

Diterima 2 Agustus 2020

Disetujui 6 September 2020

Keywords: *Crisis Communication, Social Media, Covid-19*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 atau wabah virus corona yang sudah melanda di seluruh daerah di Indonesia menuntut kepala daerah baik gubernur, walikota maupun bupati untuk bergerak cepat dan tanggap terhadap kondisi masyarakatnya. Selain koordinasi dengan pemerintah pusat, kepala daerah juga harus proaktif dalam membuat program pencegahan guna memutus rantai penyebaran Covid-19. Komunikasi krisis yang dilakukan kepala daerah dengan masyarakatnya menjadi salah satu aspek penting yang dapat menentukan keberhasilan program pencegahan penyebaran Covid-19. Tentu saja masing-masing kepala daerah memiliki gaya dan cara tersendiri dalam melakukan komunikasi dengan masyarakatnya, kaitannya dengan himbauan untuk mentaati protokol kesehatan agar terhindar dari Covid-19.

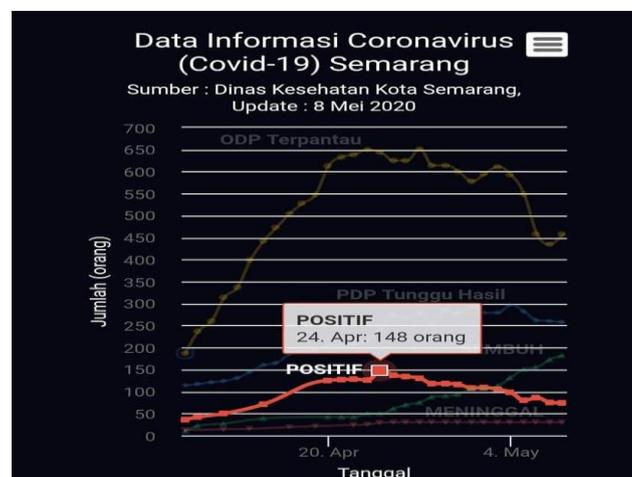
Salah satu kepala daerah yang intensif dalam melakukan komunikasi di masa krisis pandemik Covid-19 adalah Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo yang sudah melaunching program penanganan pencegahan Covid-19 dengan nama, "Jogo Tonggo" Jateng Gayeng. Dimana dalam program ini dibentuk Satgas Percepatan Penanganan Covid-19 Berbasis Masyarakat di Tingkat RW. Jogo Tonggo menjadi menarik ditengah beberapa daerah yang mengajukan Pembatasan Sosial Berskala Besar) ke pemerintah pusat.

Seperti diakses dari kompas.com, 22 April 2020, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo mengajak masyarakat desa untuk memantau dan menjaga tetangga masing-masing melalui Satgas Jogo Tonggo di setiap Rukun Warga (RW). Pelaksanaan Jogo Tonggo akan disertai instruksi dan koordinasi yang lebih tegas berdasarkan masukan dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) dan para pakar.

Dalam ketentuan yang dikeluarkan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo konsep Jogo Tonggo melibatkan Rukun Warga (RW). Dimana setiap RW harus membentuk Satgas Jogo Tonggo di wilayahnya masing-masing. Satgas Jogo Tonggo diketuai Ketua RW dibantu para ketua Rukun Tetangga (RT), dan beranggotakan tim kesehatan, tim ekonomi, serta tim keamanan yang melibatkan seluruh elemen masyarakat seperti linmas, karangtaruna, poryandu, bidan desa, warga, dan organisasi masyarakat lainnya. Mengingat program ini dilandasi dengan prinsip bersinergi dan gotong royong melawan Covid-19.

"Orang desa terbiasa berbagi makanan, gotong royong membangun rumah dan menjaga lingkungan dengan siskamling. Spirit ini kita ambil karena basis kekuatan utama Jawa Tengah adalah desa," kata GanjarPranowo seperti dikutip dari sindonews.com, 22 April 2020.

Program Jogo Tonggo sebagai sebuah respon dari Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo atas semakin banyaknya masyarakat yang positif dan meninggal akibat Covid-19 di beberapa daerah di Jawa Tengah, seperti di Kota Semarang dan daerah lainnya. Hal itu menyusul banyaknya penambahan kasus baru yang muncul seperti yang terjadi pada 22 April 2020, menjelang dilaunching Program Jogo Tonggo.



Sumber : Dinas Kesehatan Kota Semarang

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan jumlah kasus Covid-19 pada 22 April 2020 menjelang lanching Program Jogo Tonggo, ada tambahan sebanyak 30 kasus dan 8 dinyatakan positif. Sehingga data per 22 April itu Jawa Tengah ada sebanyak 479 kasus dan 52 positif. Jumlah tersebut terus meningkat, hingga per 6 Mei 2020 yang diakses dari corona.jatengprov.go.id hingga pukul 11.25 WIB di Jawa Tengah untuk jumlah positif Covid-19 sebanyak 856 kasus, meninggal 75 kasus, positif sembuh 184 kasus, PDP 962 orang.

Dalam pelaksanaannya, Jogo Tonggo mencakup dua hal, yaitu jaring pengaman sosial dan keamanan, serta jaring ekonomi. Jaring pengaman sosial dan keamanan meliputi sosialisasi, pendataan, dan pemantauan warga. Sementara itu, jaring pengaman ekonomi akan memastikan tidak ada satu pun warga yang kelaparan selama wabah dan mengusahakan kegiatan ekonomi warga berjalan dengan baik pasca wabah. Konsep Jogo Tonggo disertai dengan ajakan ke masyarakat yang juga menjadi

tagline, “Mari Bersama Saling Manjaga”. Sehingga Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menempatkan masyarakat sebagai garda terdepan untuk melawan Covid-19.

Komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo kepada masyarakat terkait Jogo Tonggo menarik untuk dikaji, terlebih lagi beberapa daerah di Semarang Raya langsung menerapkan Jogo Tonggo seperti Kota Semarang dan Kabupaten Semarang. Kota Semarang sendiri menindaklanjuti Program Jogo Tonggo dengan mengeluarkan Peraturan Walikota No.28 Tahun 2020 tentang Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PKM) yang diberlakukan mulai 27 April 2020.

“Jogo Tonggo sejalan dengan konsep yang ingin diberlakukan di Kota Semarang yaitu pembatasan wilayah non Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kami siapkan sesuai masukan Pak Gubernur,” kata Walikota Semarang Hendrar Prihadi, seperti dikutip dari *kompas.com*, 24 April 2020.

Sebagai kader PDI Perjuangan, Program Jogo Tonggo Ganjar Pranowo tentu didukung partainya. Dukungan juga datang dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Seperti diakses dari *merdeka.com*, 25 April 2020, Ketua DPP PSI, Tsamara Aman mendukung inovasi dari Ganjar dan Pemprov Jateng. Berharap semua kabupaten/kota di Jawa Tengah segera menerapkan. Jogo Tonggo merupakan inovasi sosial yang penting di masa wabah seperti sekarang, lahir dari kearifan lokal yang tentu sangat mungkin untuk diterapkan. PSI mengapresiasi dan mendukungnya.

Komunikasi yang dilakukan Gubernur Ganjar Pranowo dalam mensosialisasikan Program Jogo Tonggo dan protokol kesehatan terkait pencegahan penyebaran Covid-19 sangat intensif. Selain komunikasi tatap muka dengan turun ke bawah menemui kelompok masyarakat, Ganjar Pranowo juga melakukan komunikasi secara online melalui media sosial seperti Instagram, facebook, dan lainnya. Komunikasi juga dilakukan melalui pesan dalam kata-kata yang ada di kaos yang sering digunakan. Kata-kata tersebut diantaranya Ora Salaman Tetep Seduluran, Nyedak Keplak, Bersama Melawan Corona, Lagi Wabah Becik Neng OMah, Cuci Tangan Terus Biar Gak Kena Corona Virus, Ojo Kelayapan Ben Ora Nambah Korban, dan lainnya.



Sumber : instagram ganjar_pranowo

Dalam kesempatan ini peneliti memfokuskan kajian pada bagaimana komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo menghadapi wabah atau pandemi Covid-19 yang dihadapi masyarakat. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam mengkomunikasikan Program Jogo Tonggo guna percepatan penanganan pencegahan penyebaran Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang komunikasi krisis sudah banyak dilakukan kalangan akademisi. Salah satunya, Narayana Mahendra Prastya Mahasiswa Pascasarjana Komunikasi Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.6 (2011) dengan judul, *Komunikasi Krisis di Era New Media dan Social Media*. Dimana dalam penelitian itu media baru dan media sosial telah mengubah praktik Public Relations (PR) dalam melakukan komunikasi krisis. Arus informasi, ketidakjelasan informasi ditengah masyarakat membuat praktisi PR harus terlibat dalam pemanfaatan media baru dan sosial media dalam rencana komunikasi krisis mereka.

Kemudian penelitian Komunikasi Krisis Kementroan Pertanian pada Kasus Penggerebekan gudang Beras PT IBU (Analisis Isi Kualitatif Menggunakan Situational Crisis Communication Theory), yang dilakukan oleh Astri Wibawanti Putri, Sutopo JK, dan Andre N Rahmanto dalam *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, BPPSM Kominfo Vol. 23 No.1 Juni 2019. Dalam penelitian ini Kementerian Pertanian cenderung menggunakan strategi reinforcing (memperkuat) dalam komunikasi krisisnya. Kementrian Pertanian berusaha

memperkuat posisinya di mata stakeholder dengan mengingatkan hal-hal positif, memuji stakeholder, atau memposisikan diri sebagai korban. Selain itu juga melakukan strategi diminish atau mengurangi tanggungjawab organisasi dengan cara meyakinkan bahwa organisasi tidak bermaksud melakukan hal-hal negatif.

Selain itu juga dilakukan oleh Dani M. Akhyar, Arum Sekar Pratiwi dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Ultima Comm Vol.11 (2019) dengan judul, Media Sosial dan Komunikasi Krisis: Pelajaran dari Industri Telekomunikasi di Indonesia. Dalam penelitian komunikasi krisis yang terjadi dan dilakukan melalui media sosial pada industri telekomunikasi diperlukan sistem penanda krisis yang peka terhadap munculnya potensi krisis. Selain itu juga dibutuhkan sistem respons yang cepat tanggap karena perilaku pelanggan telekomunikasi yang cenderung kurang sabar dan cepat menyebarkan berita negatif dengan media sosial mereka.

Dengan demikian penelitian tentang komunikasi krisis yang dilakukan kepala daerah seperti Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam penanganan penyebaran Covid-19 menjadi hal yang baru. Terlebih lagi insitusi yang dikelola dalam sebuah organisasi disini adalah institusi pemerintah, dalam hal ini Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang membawahi kepala daerah di 35 kabupaten/kota. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah sebagai institusi atau badan pemerintah dituntut untuk mengeluarkan kebijakan dalam menghadapi pandemi Covid-19 agar reputasinya tetap terjaga di masyarakat.

Kriyantono, R. (2012) dalam Public Relation & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif, mengemukakan bagi sebuah perusahaan, badan pemerintah, dan individu, image dan reputasi sangatlah penting. Dalam bahasan sehari-hari, reputasi dimaksudkan sebagai image yang menancap di benak stakeholder terhadap sebuah organisasi berdasarkan fakta seberapa baik suatu organisasi memenuhi harapan mereka.

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) digagas oleh Timothy W. Coombs dan Holladay S.J, Teori SCC ini dapat digunakan untuk menjelaskan reaksi public terhadap sebuah krisis dan strategi krisis (crisis response) yang dibuat oleh praktisis public relations. SCCT mengantisipasi reaksi public terhadap krisis yang dapat mengancam reputasi organisasi (W. T. Coombs & L. Schmidt, 2000).

Menurut teori ini, pada dasarnya publik mempunyai atribusi tertentu tentang krisis, dimana atribusi tersebut akan menentukan reputasi organisasi. Atribusi pada dasarnya adalah persepsi publik terhadap krisis. Kata-kata yang ada

pada manajemen akan mempengaruhi bagaimana publik mempersepsi organisasi dan krisis (W. T. Coombs & L. Schmidt, 2000).

Timothy Coombs mendefinisikan krisis sebagai persepsi akan kejadian yang tidak dapat diprediksi yang mengancam harapan pemangku kepentingan yang secara serius dapat mempengaruhi kinerja sebuah organisasi dan menghasilkan output negatif. Sedangkan komunikasi krisis adalah pengumpulan, pemrosesan, dan penyebaran informasi yang diperlukan untuk menangani situasi krisis. Sebuah fitur penting dari komunikasi krisis adalah pengelolaan komunikasi organisasi yang kompleks.

Jefkins (2003), dalam Public Relations Edisi kelima mendefinisikan citra dalam konteks humas diartikan sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atau sosok keberadaan berbagai kebijakan personil-personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Pencitraan menjadi sebuah kata yang sangat akrab di telinga masyarakat Indonesia beberapa tahun belakangan ini. Pencitraan yang semula identik dengan kegiatan kehumasan (public relations) dalam dunia bisnis dan ekonomi, kini hampir meramba ke semua bidang kehidupan. Dunia politik dan hiburan adalah dunia yang kini lekat dengan pencitraan.

Pencitraan tidak lagi sekedar upaya membangun citra positif terhadap institusi, produk atau seseorang melalui peningkatan kualitas produk maupun pelayanan, melainkan bila perlu melakukan "manipulasi" agar sesuatu yang dicitrakan tersebut "tampak" bagus. Ketika pemaknaan kedua yang lebih dominan maka tidak salah jika kemudian masyarakat cenderung "energi" ketika mendengar istilah pencitraan (Jefkins, 2003:45).

Teori pencitraan menjadi bagian dalam kajian penelitian ini mengingat pembahasan komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo memiliki unsur politis dalam karir pejabat politik pada institusi pemerintah.

METODE

Penelitian ini dilakukan menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Lexy J. Moelong (2011) dalam Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi mengemukakan, Paradigma konstruktivisme adalah sebuah paham penelitian yang berusaha melihat bahwa realita (sosial) dibangun atau dikonstruksi oleh pemaknaan dari masyarakat yang ada di dalamnya. Paradigma ini memandang bahwa realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural tapi hasil dari konstruksi.

Menurut Bodgan dan Taylor (1975) yang dikutip oleh Lexy J. Moelong, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan (Moelong, 2011).

Lokasi penelitian di Kota Semarang dengan cara pengumpulan datanya dimulai dengan melakukan observasi atau pengamatan lapangan dan pemantauan media sosial. Data didapatkan dari hasil wawancara langsung peneliti dengan informan penelitian dan sumber-sumber lain yang diolah oleh peneliti seperti dari instagram, facebook, website Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Tengah, Dinas Kesehatan Jawa Tengah, Dinas Kesehatan Kota Semarang. Waktu penelitian dilakukan mulai pada pertengahan April 2020 dan selesai pada awal Juni 2020.

Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo kaitannya dengan Program Jogo Tonggo adalah analisis wacana (Discourse Analysis). Analisis wacana dalam Sobur (2006:48) adalah studi tentang struktur pesan pada dalam komunikasi. Lebih tepatnya lagi, telaah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Kajian tentang pembahasan realitas dalam sebuah pesan tidak hanya apa yang tampak dalam teks atau tulisan, situasi dan kondisi (konteks) seperti apa bahasa tersebut diujarkan akan membedakan makna subyektif atau makna dalam perspektif mereka.

Crigler (1996) dalam Sobur (2006:72) mengemukakan bahwa analisis wacana termasuk dalam pendekatan konstruksionis. Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis yaitu :

1. Pendekatan konstruksionis menekankan pada politik pemaknaan dan proses bagaimana seseorang membuat gambaran tentang realitas politik.

2. Pendekatan konstruksionis memandang kegiatan komunikasi sebagai suatu proses yang terus menerus dan dinamis. Dari sisi sumber (komunikator), pendekatan konstruksionis memeriksa pembentukan bagaimana pesan ditampilkan, dan dari sisi penerima ia memeriksa bagaimana konstruksi individu ketika menerima pesan.

Analisa wacana yang sesungguhnya berusaha memahami bagaimana realitas dibingkai, direproduksi dan didistribusikan ke khalayak.

Analisis ini bekerja menggali praktik-praktik bahasa di balik teks untuk menemukan posisi ideologis dari narasi dan menghubungkannya dengan struktur yang lebih luas. Untuk mendapatkan informasi terkait komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo, peneliti melakukan wawancara dengan satu informan utama dan dua informan pendukung. Ketiga informan yang dipilih peneliti dinilai memiliki kompetensi dan pemahaman wacana publik terkait komunikasi krisis, Program Jogo Tonggo, dan media sosial.

No	Nama	Informan	Profesi
1.	Amir Machmud	Informan Utama	Jurnal Senior
		Ketua PWI Jawa Tengah 2016-2020	
2.	Widiyanto Tri Handoko	Informan Pendukung Satu	Ketua RW X Kelurahan Rejosari
		Semarang	
3.	Arty Yuniarto	Informan Pendukung Dua	Pegiat Sosial Media

Tabel I : Informan Penelitian

Sumber : Data olahan peneliti

Informan utama dipilih peneliti dengan pertimbangan karena Amir Machmud sering berhubungan dan menjalin kerjasama dengan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Dimana kapasitasnya informan utama dalam menjalankan tugas sebagai Ketua PWI Jawa Tengah dan Ganjar Pranowo dalam menjalankan program yang sudah dicanangkan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Selain itu sebagai jurnalis senior, informan utama juga dipandang memahami wacana publik dan model komunikasi pada pejabat publik seperti Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo.

Sedangkan informan pendukung satu dan dua dipilih dengan melihat kompetensinya masing-masing dan berkaitan dengan Program Jogo Tonggo yang dicanangkan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Dimana informan pendukung satu sebagai Ketua RW X Kelurahan Rejosari Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang mengetahui kondisi lapangan bagaimana Program Jogo Tonggo di tengah masyarakat. Adapun informan pendukung dua dengan pemahamannya mengenai media sosial dipandang mengetahui bagaimana model komunikasi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo yang sangat intensif dilakukan melalui media sosial seperti

Instagram, facebook, twiter dan lainnya. Apalagi informan pendukung dua merupakan salah satu admin atau pengurus komunitas yang sangat aktif di media sosial dan sudah memiliki banyak anggota di Kota Semarang yakni, MIK Semar (Media Informasi Kota Semarang).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan informan guna mendapatkan informasi terkait komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam menangani pencegahan penyebaran Covid-19 di Jawa Tengah. Materi wawancara disesuaikan dengan kompetensinya masing-masing dan topik yang bisa menjawab permasalahan dalam penelitian.

Informan utama memandang sebagai pejabat publik, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo memiliki modal yang bagus untuk aktif terjun ke masyarakat dibandingkan kepala daerah lainnya, termasuk kaitan dengan sosialisasi program pencegahan penyebaran Covid-19 di Jawa Tengah. Beberapa modal tersebut diantaranya energitas, fisik prima, memiliki gaya gaul, kegemaran turun ke bawah, dan sosial media minded. Amir Machmud yang juga jurnalis senior di Jawa Tengah ini mengemukakan Ganjar Pranowo memiliki energitas yang luarbiasa, dalam hal ini kemauan untuk turun menemui masyarakat. Kemudian Ganjar Pranowo termasuk kepada daerah dengan pembawaan gaya yang gaul dan diterima kalangan milenial. Terlebih dari itu Ganjar Pranowo juga mempunyai fisik yang prima dalam menjalani berbagai aktivitas saat menemui masyarakat. Dan yang menarik lagi, Ganjar Pranowo termasuk kepada daerah yang sosial media minded. Artinya hampir setiap kegiatan turun ke masyarakat didokumentasikan dan diposting ke media sosial. Sehingga aktivitas turun ke masyarakat tersebut diketahui dan diapresiasi oleh publik. Ganjar Pranowo di sosial media lebih akrab dibandingkan Gubernur DKI Anies Baswedan.

Terkait timing atau ketepatan waktu mengeluarkan program Jogo Tonggo, Ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Jawa Tengah ini mengakui bahwa waktunya tepat dalam penanganan pencegahan penyebaran Covid-19. Dan Jawa Tengah termasuk daerah yang terkendali dengan baik orang yang terpapar Covid-19, begitu juga formulasi kebijakannya yang melibatkan sampai tingkat bawah yakni tingkat RW. Bahkan ini merupakan kecerdikan Ganjar Pranowo dalam hal siasati politik anggaran, kaitannya dengan bantuan sosial kepada masyarakat.

Amir Machmud menilai ada motif

pencitraan dalam aksinya Ganjar Pranowo turun ke masyarakat dalam sosialisasi pencegahan Covid-19. Meski begitu pencitraannya masih dalam taraf kewajaran atau masih elegan. Mengingat beberapa kepala daerah tidak elegan dalam pencitraan saat memberikan bantuan sembako, seperti menempeli foto kepala daerah pada bantuan sembako seperti di Kota Semarang dan di Kabupaten Klaten yang sempat viral.

Amir Machmud meyakini apa yang dilakukan Ganjar Pranowo ini terkait dengan investasi politik menuju pesta demokrasi 2024 mendatang, dimana Ganjar Pranowo termasuk figur yang diwacanakan akan menuju Calon Presiden 2024. Disini bahkan Ganjar Pranowo ibaratnya sambil menyelam minum air, hal itu terlihat saat menemui kelompok-kelompok masyarakat yang justru berasal dari luar Jawa. Seperti turun ke asrama mahasiswa Papua di Semarang, mahasiswa luar Jawa yang kuliah di USKW Salatiga, dan kelompok masyarakat lainnya.

Untuk model komunikasi baik secara verbal, nonverbal maupun visual yang dilakukan Ganjar Pranowo mudah dipahami dan membuat orang lain merasa untuk mengikutinya. Seperti dengan menggunakan kaos yang bertuliskan kalimat-kalimat pendek bernuansa ajakan maupun himbauan kepada masyarakat dalam mencegah penyebaran Covid-19. Sebagai komunikator, Ganjar Pranowo seperti memotong mata rantai komunikasi, masyarakat diajak langsung memahami dan mengerti pesan-pesan yang disampaikan dalam program Jogo Tonggo. Karena biasanya kebijakan gubernur untuk sosialisasi ke masyarakat prosesnya melewati bupati atau walikota dulu, kemudian ke bawah tingkat kepala dinas, camat, lurah lalu tingkat RT/RW dan masyarakat. Model komunikasi Ganjar Pranowo memotong rantai proses komunikasi itu, sehingga pesan dari gubernur langsung ke masyarakat dengan pesan yang mudah dipahami.

Informan pendukung satu sebagai Ketua RW X Kelurahan Rejosari Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang ini mengemukakan Program Jogo Tonggo diatas kertas sudah bagus untuk percepatan penanganan penyebaran Covid-19, namun tindak lanjut dan implementasinya tidak berjalan dengan baik. RW yang berada di level terbawah dalam pelaksanaan Jogo Tonggo mengalami kebingungan dalam mengimplementasikan program tersebut. Misalnya dana tidak ada, sehingga yang terjadi di lapangan, RW bersama RT-RT berinisiatif melakukan swadaya warga untuk menghimpun dana maupun barang sembako. Apalagi selama ini RW belum pernah dikumpulkan oleh pejabat yang berwenang untuk koordinasi atau sosialisasi langsung terkait Program Jogo Tonggo. Sedangkan RW mengetahui ketentuan-ketentuan Program Jogo Tonggo hanya melalui pesan dalam bentuk PDF yang disebar

melalui WhatsApp Group.

Sosialisasi program pencegahan penyeraban

Covid-19 yang dilakukan Ganjar Pranowo yang turun langsung menemui elemen masyarakat seperti perkumpulan mahasiswa sekaligus memberikan bantuan sembako juga dinilai kurang tepat. Pasalnya tidak melibatkan tokoh masyarakat setempat termasuk RT RW, sehingga sosialisasi hanya mengena bagi orang yang ada di elemen masyarakat tersebut. Terlebih biasanya seperti perkumpulan mahasiswa setelah diberikan sosialisasi ketika pulang sudah lupa dengan yang disampaikan Ganjar Pranowo. Sementara di kampung-kampung banyak masalah persebaran bantuan yang tidak merata tidak tersentuh oleh Ganjar Pranowo.

Sedangkan kegiatan turun ke masyarakat yang didokumentasikan dan dishare ke media sosial baru dianggap efektif karena terpublikasikan dan bisa dilihat oleh masyarakat luas. Hanya saja itu dinilai monoton, karena polanya begitu terus dalam publikasi di media sosial. Dimana polanya menemui elemen masyarakat, berkomunikasi langsung, memberikan bantuan sembako, didokumentasikan, lalu dishare di media sosial. Untuk pesan melalui kata-kata pada kaos yang sering dipakai Ganjar Pranowo, informan pendukung menilai tidak semua orang melihat pesan itu tetapi lebih fokus pada berita atau informasi yang disampaikan Ganjar Pranowo. Meski begitu kaos yang bertuliskan kata-kata gaul menjadi potensi ekonomi bagus bagi pelaku UMKM untuk memproduksi dan menjual kaos bertuliskan pesan-pesan yang mudah dipahami kalangan milenial.

Dosen yang juga Wakil Rektor III Universitas Stikubank Semarang ini menilai ada motif pencitraan dalam model komunikasi yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam konteks sosialisasi program pencegahan penyebaran Covid-19. Menurutnya, kalau dilihat dari unsur politis memang kebanyakan masyarakat sekarang sudah mengetahui karakter seorang kepala daerah, dimana sekarang melakukan apa dan besok bersiap akan melakukan apa. Hal itu terkait dengan karir kepala daerah yang semua masyarakat sudah memahami, bahwa setelah bupati atau walikota kemudian naik kelas menjadi apa, kemudian setelah gubernur nantinya naik menjadi apa. Apalagi sudah jelas ada contohnya kepala daerah yang mempunyai track record bagus bisa menjadi presiden seperti Joko Widodo sekarang yang sebelumnya menjadi Walikota Surakarta, Gubernur DKI Jakarta, dan Presiden RI (2014-2019 dan 2019-2024).

Informan pendukung dua sebagai pegiat media sosial menilai bagus Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo yang melakukan sosialisasi program Jogo Tonggo dalam rangka pencegahan penyebaran Covid-19 dengan turun langsung menemui kelompok-kelompok masyarakat. Apalagi setiap kegiatan didokumentasikan baik dalam bentuk foto maupun video, kemudian diunggah ke media sosial seperti instagram, facebook, dan lainnya.

Menurut Arty Yuniarto, komunikasi yang dilakukan Ganjar Pranowo tersebut sangat efektif dalam sosialisasi pencegahan penyebaran Covid-19 karena media sosial sekarang berperan penting dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat, bahkan komunikasinya bisa dua arah. Mengingat dalam media sosial seringkali terjadi komunikasi melalui komentar dari masyarakat dan dijawab oleh Ganjar Pranowo. Hal itu berbeda dengan kepala daerah yang hasil kegiatannya hanya disimpan diatas meja dan tidak dikomunikasikan lagi ke masyarakat.

Informan pendukung duayang merupakan pengurus komunitas masyarakat yang aktif di media sosial dan tergabung dalam MIK Semarmenilai bahwa timing atau waktunya tepat saat melaunching Program Jogo Tonggo yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Hal itu setelah melihat situasi penyebaran Covid-19 di Jawa Tengah, utamanya Kota Semarang yang terus meningkat. Bersamaan dengan itu juga adanya desakan dari masyarakat agar kepada daerah mengeluarkan kebijakan terkait pencegahan penyebaran Covid-19.

Dari aspek komunikasi krisis, Jogo Tonggo dikatakan merupakan alat komunikasi pencegahan penyebaran Covid-19 dari Ganjar Pranowo yang dilakukan dengan masyarakat. Meskipun bukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) seperti yang disiapkan pemerintah pusat, namun Jogo Tonggo termasuk program pencegahan penyebaran Covid-19 yang bagus dan sesuai dengan karakter masyarakat di Jawa Tengah. Disini informan pendukung duamemiliki pandangan bahwa dengan pertimbangan tidak ingin berbenturan dengan masyarakat, Ganjar Pranowo memilih mengeluarkan program yang berbeda PSBB. Hal itu karena Jawa Tengah yang identik dengan kandang batang, maka Ganjar Pranowo sebagai kader dan gubenu dari PDI Perjuangan tetap menampung aspirasi masyarakat. Sehingga kebijakan yang dikeluarkan untuk masyarakat tidak begitu ketat seperti dalam PSBB, melainkan Jogo Tonggo yang penuh dengan kearifan lokal.

Informan pendukung dua tidak menganggap kegiatan sosialisasi Ganjar Pranowo yang menemui langsung masyarakat sebuah pencitraan. Namun

menilai Ganjar Pranowo yang sering tampil di muka umum dan di media sosial itu lebih pada meningkatkan elektabilitas di masyarakat menuju Pemilihan Presiden 2024.

Tabel II : Hasil Informan Penelitian

Topik	Informan Utama	Informan Pendukung 1	Informan Pendukung 2
Model Komunikasi	Memotong Tahapan Proses Komunikasi	Cukup efektif tapi tidak menyentuh masyarakat bawah	Komunikasi dua arah melalui komentar di media sosial dan dialog saat tatap muka
Pesan	Jelas, mudah dipahami, dan bahasa gaul	Bahasanya sudah bagus namun imlementasinya tidak mudah dilakukan	Bahasa dan penyampaiannya disukai milenial
Saluran Komunikasi	Media Kaos bertuliskan campaign sosial dan Sosial Media Minded	Media sosial	Media Sosial
Timing Jogo Tonggo	Waktunya tepat	Waktunya tepat	Waktunya tepat
Pencitraan	Pencitraan tapi masih wajar	Ada motif pencitraan	Tidak ada motif pencitraan
Politik	Investasi politik 2024	Karir kepala daerah menuju Presiden	Tingkatkan elektabilitas 2024

Sumber : Data olahan peneliti

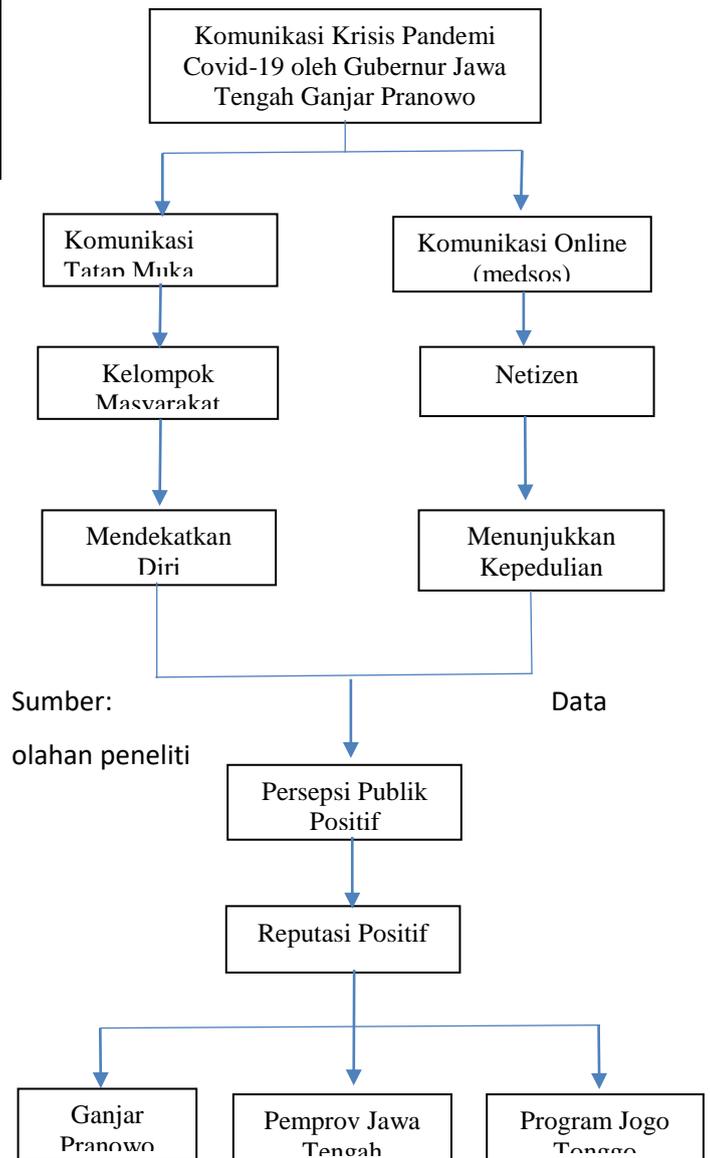
Pembahasan

Komunikasi yang dilakukan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melalui Program Jogo Tongo ditengah krisis pandemi Covid-19 yang sedang melanda masyarakat mendapatkan reaksi yang beragam dari publik. Dilihat dari Situational Crisis Communication Theory (SCCT) digagas oleh Timothy W. Coombs dan Holladay S.J, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo sudah mengantisipasi apa saja reaksi publik atas reputasinya ditengah krisis pandemic Covid-19. Hal itu terlihat dari bagaimana Ganjar Pranowo berkomunikasi dengan masyarakat, seperti turun ke bawah menemui langsung sejumlah kelompok atau komunitas masyarakat. Dimana selain sosialisasi program penanganan pencegahan penyebaran Covid-19, Ganjar Pranowo juga memberikan bantuan sembako. Cara Ganjar Pranowo yang menemui langsung masyarakat itu diartikan yang bersangkutan bisa dianggap peduli terhadap masyarakat.

Komunikasi tatap muka bisa tersebut juga diartikan Ganjar Pranowo menempatkan dirinya dekat

dengan masyarakat. Dengan begitu reaksi publik atas program penanganan pencegahan penyebaran Covid-19 terbilang bagus. Sehingga tidak hanya pribadi Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah, tetapi Program Jogo Tonggo dan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah juga mendapatkan reputasi yang baik dari masyarakat. Pasalnya menurut Teori SCCT, pada dasarnya publik memiliki atribusi yang merupakan persepsi publik terhadap krisis. Disini Ganjar Pranowo telah melakukan campaign social melalui kata-kata yang mudah dipahami masyarakat bahwa Covid-19 bisa dicegah dan yang positif bisa disembuhkan. Campaign social itu berupa tulisan di kaos yang sering dipakai Ganjar Pranowo saat menemui masyarakat, seperti tulisan Ora Salaman Tetep Seduluran, Nyedak Keplak, Bersama Lawan Corona, dan lainnya. Dengan demikian tidak semua kepala daerah melakukan seperti yang dilakukan Ganjar Pranowo dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat, kaitannya dengan program pencegahan penyebaran Covid-19. Seperti Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan yang justru sering tampil dipodium saat memberikan sosialisasi program pencegahan penyebaran Covid-19.

Gambar I : Hasil Komunikasi Krisis



Sumber:
olahan peneliti

Data

Sedangkan dilihat dari sudut pandang analisis wacana, pesan-pesan yang disampaikan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dalam komunikasi krisis ditengah pandemi Covid-19 terlihat sangat beragam. Pesan verbal (lisan dan tulisan) mendominasi dibandingkan komunikasi nonverbal. Dimana pesan-pesan tersebut dikomunikasikan baik secara langsung atau tatap muka maupun melalui media sosial. Berdasarkan penelusuran peneliti beberapa media sosial yang digunakan untuk memposting kegiatan Ganjar Pranowo diantaranya akun Instagram ganjar_pranowo, fansmasganjar, lalu akun facebook Berita Ganjar Pranowo, Ganjar Pranowo, Bahkan akun facebook PDI Perjuangan juga sering memposting Ganjar Pranowo terkait Covid-19.

Makna berbagai pesan yang dikomunikasikan Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo hampir sama yakni mengajak masyarakat untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 dengan berbagai cara yang ada dalam Program Jogo Tonggo. Seperti mencuci tangan dengan sabun, selalu sedia handsanitizer, memakai masker, tidak bersalaman, menjaga jarak, dirumah saja, bekerja dari rumah, beribadah di rumah, dan lainnya. Realitas yang muncul atas pesan-pesan tersebut adalah masyarakat diajak mematuhi protokol kesehatan dan membatasi kegiatan agar jumlah orang yang positif Covid-19 semakin menurun, bahkan terbebas dari Covid-19.

Sedangkan makna yang tidak tampak pada pesan-pesan tersebut adalah Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo yang semakin mendekatkan diri dan peduli kepada masyarakat. Ganjar Pranowo selalu ingin tampil dan menjadi pembicara publik atau masyarakat atas program Jogo Tonggo. Apalagi Jogo Tonggo merupakan program pencegahan penyebaran Covid-19 yang tergolong berbeda dengan anjuran pemerintah pusat dan diikuti daerah lain seperti Jawa Barat dan Jawa Timur, yakni PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Disini Ganjar Pranowo berani tampil beda dengan gubernur lainnya, sehingga bisa dimaknai bersamaan dengan itu Ganjar Pranowo mencari panggung di kancah nasional melalui Program Jogo Tonggo.

Terlebih lagi sebelum pandemi Covid-19 muncul, Ganjar Pranowo termasuk figur yang sudah muncul di wacana publik terkait Pemilihan Presiden 2024. Hal ini juga diakui oleh informan utama yang menyampaikan Ganjar Pranowo merupakan pejabat publik yang memiliki kelebihan, sehingga mempunyai peluang menuju 2024. Ganjar bahkan dinilai memiliki beberapa modal untuk menuju 2024, seperti modal energitas, fisik prima, memiliki gaya gaul,

kegemaran turun ke bawah, dan sosial media minded.

Informan utama juga menilai ada motif pencitraan pada intensitas komunikasi yang dilakukan Ganjar Pranowo atas pandemi Covid-19, meski pencitraannya masih dalam batas kewajaran. Hal yang sama juga disampaikan informan pendukung satu, bahwa masyarakat sekarang sudah sama-sama mengetahui karir seorang kepala daerah. Dari mulai bupati atau walikota naik menjadi gubernur, kemudian gubernur menjadi presiden. Apalagi masyarakat juga mengetahui track record Presiden sekarang, Joko Widodo yang karirnya bermula dari Walikota Surakarta, Gubernur DKI Jakarta, lalu Presiden. Sehingga informan pendukung satu menganggap hal yang wajar jika ada motif pencitraan atas intensitas komunikasi yang dilakukan Ganjar Pranowo dalam sosialisasi Program Jogo Tonggo. Informan pendukung dua pun meski tidak menyatakan pencitraan, namun apa yang dilakukan Ganjar Pranowo juga merupakan bagian dari menaikkan elektabilitas menuju 2024.

Dengan demikian makna yang tidak tampak pada pesan yang disampaikan Ganjar Pranowo adalah ada muatan politik pencitraan menuju 2024. Apalagi kelompok-kelompok masyarakat yang ditemui Ganjar Pranowo sebagian bukan masyarakat Jawa Tengah, melainkan luar Jawa seperti kelompok mahasiswa dari Papua, Makasar, Batak, Jawa Timur, DKI Jakarta, dan lainnya. Artinya selain dengan masyarakat Jawa Tengah, Ganjar Pranowo sudah mulai mencari simpati dari masyarakat luar Jawa.



Sumber : instagram ganjar_pranowo

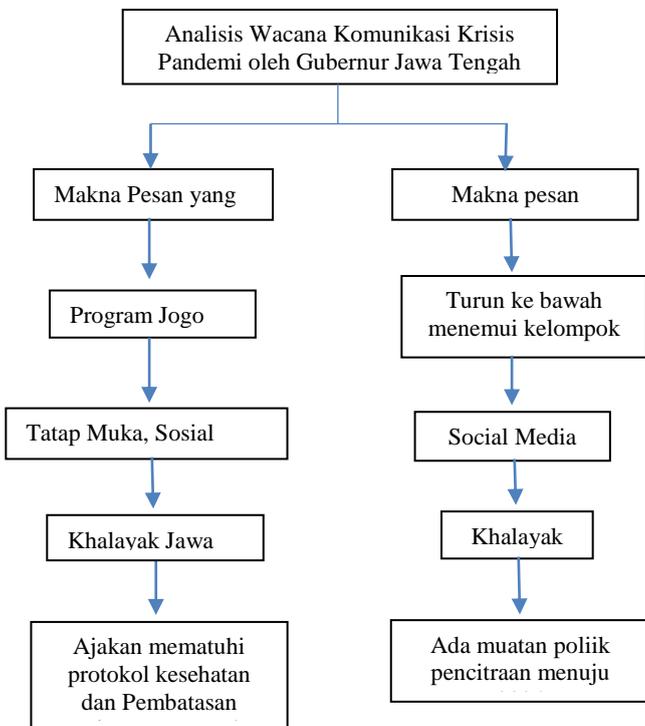
Wacana yang memperlihatkan Ganjar Pranowo menuju 2024 bahkan sudah bermunculan di media sosial. Salah satunya akun Instagram, indonesiasatu.id

yang tercatat tiga kali memposting foto Ganjar Pranowo Calon Presiden 2024, dimana masing-masing foto dengan Calon Wakil Presiden yang berbeda-beda. Diantara dengan Tri Rismaharini (Walikota Surabaya) yang diposting pada 13 Mei 2020, lalu dengan Basuki Tjahaya Purnama atau Ahok (Mantan Gubernur DKI Jakarta) pada 18 Mei 2020 dan dengan Erick Thohir (Menteri BUMN) pada 27 Mei 2020. Beberapa grup publik di facebook juga sudah bermunculan seperti *GANJAR PRANOWO FOR PRESIDEN 2024*, *GANJAR PRANOWO PRESIDEN KU 2024*, dan lainnya.



Sumber : instagram indonesia.satu.id

Gambar II : Hasil Analisis Wacana



Sumber: Data olahan peneliti

SIMPULAN

Peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi krisis yang dilakukan Gubernur Jawa

Tengah Ganjar Pranowo dengan masyarakat terbilang intensitasnya tinggi, baik itu komunikasi tatap muka maupun komunikasi secara online. Pesan-pesan yang disampaikan baik secara lisan dan kata-kata juga mudah dipahami oleh masyarakat karena menggunakan bahasa yang mudah diterima masyarakat, khususnya masyarakat milenial.

Tingginya intensitas komunikasi tersebut berdampak pada reputasi positif bagi Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah maupun bagi institusi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Tidak hanya masyarakat luas yang memberikan reputasi positif, tetapi juga pemerintah pusat terhadap citra atau image Ganjar Pranowo.

Bersamaan dengan itu seringnya turun ke bawah menemui kelompok masyarakat dalam rangka sosialisasi pencegahan Covid-19 menunjukkan kepedulian dan perhatian Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo terhadap masyarakat. Namun seiring dengan seringnya kegiatan Ganjar Pranowo tersebut diposting di media sosial, maka dilihat dari wacana publik dinilai bernuansa politik pencitraan menuju Pemilihan Presiden 2024.

Meski komunikasi yang dilakukan Ganjar Pranowo efektif, namun pesan-pesan penting dalam penanganan pencegahan penyebaran Covid-19 melalui Program Jogo Tonggo tidak bisa diimplementasikan dengan baik. Pelaksana di lapangan tingkat RW mengalami kebingungan dalam pelaksanaan Program Jogo Tonggo. Programnya dinilai bagus, namun pelaksanaannya kurang berjalan dengan baik. Sehingga meski Program Jogo Tonggo sudah berlangsung selama satu bulan, tetapi tingkat penyebaran Covid-19 di Jawa Tengah masih tergolong tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Alf. (2020, 22 April). Ganjar bentuk Jogo Tonggo Gerakkan Solidaritas Masyarakat Desa. <https://nasional.sindonews.com/read/6233/15/ganjar-bentuk-satgas-jogo-tonggo-gerakkan-solidaritas-masyarakat-des-1587567890>.

Andra, R. N., Sutopo JK, dan Putri AstriWibawanti. Komunikasi Krisis Kementerian Pertanian pada Kasus Penggerebekan gudang Beras PT IBU (Analisis Isi Kualitatif Menggunakan Situational Crisis). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media BPPSDM Kemkominfo*, 23 (1), 53-70.

Creswell, J. W. (2009). *Research Design Pendekatan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Jefkins, F. (2003). *Public Relations Edisi Kelima*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

- Kriyantono, R. (2012). *Public Relation & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Leary & R. M. Kowalski. (1990). *Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model*. *Psychological Bulletin*.
- L. Anderson & H. F. Taylor. (2011). *Sociology: The Essentials*. USA: Wadsworth.
- Moleong, J. L. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Oliver, S. (2007). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Sekar, P. A. dan Dani, A. M. (2019). Media Sosial dan Komunikasi Krisis: Pelajaran dan Industri Telekomunikasi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Ultima Comm*, 11 (1), 35-52.
- Sobur, A. (2006). *Analisis Teks Media Media: Pengantar Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- T. Coombs & L. Schmidt. (2000). An empirical analysis of image restoration: Texaco's racism crisis. *Journal of Public Relations Research*.
- West & L. H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi (Ed. 3): Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mahendra, P. N. (2011). Komunikasi Krisis di Era New Media dan Social Media. *Jurnal Komunikasi UGM Yogyakarta*, 6(1), 1-19.