Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen
Vol.3, No.1 Januari 2024
e-ISSN: 2962-0813; p-ISSN: 2964-5328, Hal 115-123
DOI: https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i1.1989

Analisis Manajemen Krisis Di Kompas Gramedia Jakarta Pusat

Fauzan Achmad Eka Pratama
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Jakrta Timur.

Abstract *This research uses a qualitative descriptive approach, namely by describing and analyzing theproblems found. Qualitative research is based on primary data and secondary data. Primary data in this research was obtained by conducting observations, interviews and documentation,while secondary data was obtained through previous research and articles related to the research. The aim of this research is to analyze and understand the crisis management practicesimplemented by Kompas Gramedia as a leading media company in Indonesia. And understandthe effectiveness of the steps taken by Kompas Gramedia in dealing with the crisis and its impacton the company. As well as the challenges and obstacles faced by Kompas Gramedia in managing the crisis. This research provides insight into crisis management practices in the media industry, focusing on Kompas Gramedia as a case study. These findings can contribute to further understanding of how media companies can effectively confront and manage crises, as well as maintain their reputation in the eyes of the public..*

Keywords: *Communication, Crisis, Management.*

Abstrak Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan menggambarkan dan menganalisis permasalahan yang ditemukan. Penelitian kualitatif didasarkan pada data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui penelitian terdahulu dan artikel yang berkaitan dengan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami praktik manajemen krisis yang diterapkan oleh Kompas Gramedia sebagai perusahaan media terkemuka di Indonesia. Dan memahami efektivitas langkah-langkah yang diambil oleh Kompas Gramedia dalam menghadapi krisis dan dampaknya terhadap perusahaan. Serta tantangan dan kendala yang dihadapi oleh Kompas Gramedia dalam mengelola krisis. Penelitian ini memberikan wawasan tentang praktik manajemen krisis dalamindustri media, dengan fokus pada Kompas Gramedia sebagai studi kasus. Temuan ini dapat memberikan kontribusi untuk pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana perusahaan media dapat menghadapi dan mengelola krisis dengan efektif, serta menjaga reputasi mereka di mata publik.

Kata Kunci : Komunikasi, Krisis, Manajemen.

PENDAHULUAN

Pada sebagian organisasi atau perusahaan menganggap krisis adalah penyakit manajemen yang sulit untuk dipulihkan atau disembuhkan. Krisis dapat memberi dampak kepada organisasi atau perusahaan menuju kehancuran. Dalam menghadapi krisis, semua keputusan serta tindakan sangat tergantung pada pandangan dan sikap yang diambil oleh suatu perusahaan atau organisasi tersebut. Krisis dapat datang tiba-tiba dan dapat memiliki dampak yang serius terhadap reputasi dan kelangsungan bisnis sebuah organisasi. Penanganan krisis menjadi bagian dari fungsi manajemen public relations. Sehubungan dengan tanggung jawab dan peran public relations, dalam situasi krisis tetap memelihara reputasi organisasi dan hubungan positif dengan publiknya dalam melewati tahapan krisis dan pasca krisis. Untuk itu diperlukan strategi persiapan dan penanganan yang baik oleh semua pihak untuk menghindari krisis

Krisis tidak selalu menimpa perusahaan besar. Karena krisis bisa menimpa individu, kelompok, maupun organisasi. Tidak ada yang bisa memprediksi kapan datangnya krisis. Cara

Received: Oktober 29, 2023; Accepted: Desember 13, 2023; Published: Januari 31, 2024
* Fauzan Achmad Eka Pratama,

terbaik untuk menghadapi krisis ialah mengetahui serta membuat perencanaan yang matang. Krisis yang tidak terkendali dan tidak diselesaikan secara sistematis akan menimbulkan persoalan baru. Padahal krisis adalah sebuah situasi yang sangat tidak diinginkan dalam organisasi. Dalam penanganan krisis kita harus menyelesaikan secara sistematis.

Krisis, apapun bentuknya dapat menimpa perusahaan dengan tidak terduga, cepat atau perlahan, terlepas dari besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Beberapa perusahaan menolak menyatakan bahwa perusahaan mereka berpotensi mengalami krisis dan cenderung mengabaikan potensi krisis yang muncul. Ketika krisis akhirnya terjadi, Perusahaan dalam mengelola krisis kesulitan dan akhirnya berdampak pada aktivitas keseluruhan dan reputasi Perusahaan

dalam menagani krisis, diperlukan pemahaman terhadap situasi yang sedang terjadi, sehingga pengambilan keputusan dapat menentukan Tindakan yang tepat. Oleh karena itu diperlukan suatu manajemen yang tidak hanya mempersiapkan kejadian yang telah diprediksi akan terjadi, namun manajemen yang dititik beratkan untuk langsung beradaptasi, mengelola, dan mengatasi situasi darurat atau tidak terduga yang mempengaruhi proses bisnis suatu organisasi, dalam hal ini pelayanan publik. Dengan demikian, tindakan yang diambil untuk menghadapi krisis harus efisien dan dapat segera dilakukan.

Penelitian teoritis dan empiris sebelumnya telah menunjukkan bahwa manajemen krisisyang tepat akan memberikan banyak manfaat bagi organisasi, termasuk pengendalian manajemen yang lebih baik, efektivitas dalam, kinerja karyawan, komunikasi, kesejahteraan, dan keberlanjutan suatu perusahaan.

Namun, dalam beberapa observasi yang dilakukan pada Kompas Gramedia, penulis mempertimbangkan kerumitan masalah dalam manajemen selama krisis dan potensi dampaknya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan fokus pada tim manajemen krisis Kompas Gramedia. Dalam penelitian ini, penulis akan menggali lebih dalam tentang kendala yang dihadapi oleh Kompas Gramedia dalam pengelolaan dokumen mereka dan mengusulkan solusi yang mungkin untuk meningkatkan efektivitasnya. Melalui penelitian ini, diharapkan akan ada kontribusi yang berharga dalam pengembangan manajemen krisis yang lebih baik dalam lingkungan instansi dan juga dalam konteks yang lebih luas.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian ini memiliki fokus yang mendalam pada satu obyek studi tunggal, yaitu Manajemen Krisis Kompas Gramedia, dan

mengharuskan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, dimulai dari bulan Februari 2023 hingga bulan Juli 2023. Observasi dan pengumpulan data berlangsung seiring dengan pelaksanaan Mata Kuliah Metodologi Penelitian. Penulis melakukan penelitian di Kompas Gramedia, Jakarta Pusat, yang merupakan perusahaan media swasta. Alamat lengkap perusahaan ini adalah Jl. Palmerah Sel. No.22-26, RT.4/RW.2, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pengambilan data dilakukan secara langsung di lokasi tersebut.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu entitas tunggal, yaitu Manajemen Krisis Kompas Gramedia, dan bertujuan untuk memahami secara mendalam tentang efektivitas pengelolaan dokumen dalam konteks yang sebenarnya.

Sumber Data dan Sampel Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses manajemen krisis. Wawancara dilakukan dengan beberapa Karyawan yang berperan dalam tim manajemen krisis. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka yang mencakup buku, penelitian terdahulu, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.

Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penulis memilih empat sampel yang memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dalam manajemen krisis Kompas Gramedia. Pemilihan sampel ini didasarkan pada kriteria tertentu untuk memastikan bahwa informan kunci memiliki wawasan yang relevan tentang topik penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

1. **Data Primer**

- **Observasi**: Pengamatan dilakukan untuk mengamati proses Manajemen Krisis di Kompas Gramedia. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi.
- **Wawancara**: Wawancara dilakukan dengan beberapa Karyawan yang terlibat dalam Manajemen Krisis. Wawancara bersifat terstruktur dan semi-terstruktur, yang dilakukan dengan panduan pertanyaan terkait dengan pengelolaan dokumen.
- **Dokumentasi**: Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto secara langsung dengan tim manajemen krisis dan karyawan yang memahami manajemen krisis.

2. **Data Sekunder**

- **Studi Pustaka**: Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, termasuk buku, penelitian terdahulu, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Keabsahan Data

Dalam rangka memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik yang digunakan untuk memverifikasi dan memvalidasi data dengan menggabungkan data dari berbagai sumber dan teknik. Dalam penelitian ini, triangulasi digunakan untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan menggabungkan data dari berbagai sumber, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki keabsahan yang tinggi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara berlapis, dimulai dari reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses reduksi data melibatkan pengolahan data mentah dari observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi bentuk yang lebih ringkas. Penyajian data melibatkan penyusunan data yang telah diolah dalam bentuk teks naratif, matriks, grafik, dan diagram. Penarikan kesimpulan melibatkan proses interpretasi data dan penyusunan kesimpulan berdasarkan temuan. Verifikasi data dilakukan dengan membandingkan temuan dengan teori yang ada dan dengan triangulasi data dari berbagai sumber dan teknik.

Dengan menggunakan metode penelitian yang telah dijelaskan di atas, penulis bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang Manajemen Krisis di Kompas Gramedia, serta mengidentifikasi kendala-kendala yang mungkin dihadapi dan memberikan rekomendasi perbaikan yang sesuai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan dokumen dalam lingkungan organisasi dan dapat menjadi kontribusi dalam bidang Manajemen dalam menghadapi Krisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran dan Tanggung Jawab Tim Manajemen Krisis

Setiap organisasi perlu membentuk sebuah tim manajemen krisis yang baik. Struktur timtersebut bisa saja berlainan dari satu organisasi ke organisasi lainnya, bergantung dari jumlah staff, sebaran lokasi, dan karakteristik sektor usaha atau bidang yang digeluti oleh organisasi yang bersangkutan. Sebuah tim manajemen krisis biasanya terdiri dari seorang direktur, manajerPR, manajer operasional, petugas keamanan dan pejabat personalia. Tim ini

hendaknya dibuat terstruktur mungkin agar masing-masing anggotanya mudah berkomunikasi satu sama lainnya. Bila salah satu diantara mereka berhalangan anggota-anggota tim yang lainnya bisa menunjuk satu atau beberapa deputi. Mereka ini harus mudah untuk dihubungi oleh siapa saja, kapan sajadan dimana saja, serta selalu siap sedia melakukan keputusan-keputusan tertentu untuk menghindari atau menghadapi krisis (Purwaningwulan, 2013).

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu, oleh Tamher & Najib, (2015) yang menjelaskan bahwa sebuah organisasi sangat perlu membentuk tim manajemen krisis yang baik dan terstruktur, agar mereka dapat selalu berkomunikasi. Bila terjadi krisis, tim ini harus mengambil inisiatif dan memberikan respon pertama untuk menjelaskan kepada publik, jangan sampai tim merespon akibat pertanyaan pers. Upaya menutup-nutupi krisis bisa berakibat fatal, misalnya pers semakin aktif menurunkan tim investigasinya untuk mengorek krisis lebih dalam. Maka dari itu, Tugas utama yang harus dilakukan oleh tim krisis adalah melakukan identifikasi krisis dan menentukan langkah-langkah apa yang harus dilakukan.

Mengukur dampak Krisis terhadap Kesejahteraan, Produktivitas, dan Kepuasan Karyawan

Berdasarkan penjelasan oleh Landari & Wahyuni, (2022) Selama dalam masa krisis, ada kebutuhan karyawan yang meningkat. Disini peran tim manajemen krisis dan seorang pemimpin perusahaan memegang peranan penting untuk mengatasi kecemasan, kesusahan, kekhawatiran, dan trauma yang dialami karyawan selama berlangsungnya krisis. Dengan bagaimana karyawan menyadari bahwa atasan mereka peduli terhadap masalah dan kesejahteraan pribadi mereka. Dan Peran seorang pemimpin sangat penting untuk membantu orang-orang untuk mengatasi keterbatasan dan ketakutan mereka, sehingga mereka dapat meningkatkan kinerjanya meskipundalam situasi krisis. Karena karyawan merupakan bagian atau aset organisasi yang paling penting, maka sebab itu, sangat penting bagi organisasi untuk menciptakan suasana kerja yang mendukung kesejahteraan, produktivitas, hingga kepuasan karyawan.

Jika karyawan merasa tercukupi dalam memenuhi kebutuhan hidup dari pekerjaannya, Loyalitas dalam bekerja akan tercipta sehingga mereka betah bekerja dalam suatu perusahaan. Dan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan adalah adanya fasilitas-fasilitas kerja, tinjauan kesejahteraan, suasana kerja serta gaji yang diterima dari perusahaan. (Soegandhi et al., 2013)

Selain itu dalam suatu perusahaan juga memperhitungkan tingkat kepuasan kerja, yang mana perusahaan memberikan kompensasi yang terdiri dari gaji, insentif, dan tunjangan diatas nilai upah minimum regional (UMR), serta memperhatikan tingkat kemampuan dan

keterampilan yang dimiliki oleh karyawan. Pelatihan kerja (training) secara periodik dan berkesinambungan yang sangat diharapkan mampu meningkatkan kemampuan dan ketrampilan. Ketrampilan dan kemampuan karyawan tersebut diharapkan agar pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab mereka (Luturmas, 2017).

Berdasarkan pernyataan dan teori yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa perlunya perusahaan berfokus pada kesejahteraan karyawan, yang dapat berpengaruh pada produktivitas dan kepuasan kerja sehingga karyawan dapat memberikan kontribusi yang maksimal kepada Perusahaan.

Kendala Dalam Mengelola Komunikasi Internal Selama Krisis

Komunikasi internal dalam perusahaan menjadi elemen penting dalam menciptakan iklim kerjayang baik terutama dalam Perusahaan yang karyawannya memiliki latar belakang budaya dan sosial yang berbeda beda.

Komunikasi yang tidak lancar akibat hal-hal yang menyumbat alur komunikasi dapat menimbulkan gangguan pada perusahaan. Salah satunya adalah ketidakpuasan dalam bekerja. Akibat terburuk adalah demontrasi dan pemogokan yang sangat merugikan perusahaan (Setyanto & Anggarina, 2017). Disini Gregory, (2004) menyebut Komunikasi internal menjadi factor utama eksistensi sebuah perusahaan. Segala aktivitas dalam Perusahaan memiliki unsur komunikasi. Melalui komunikasi pesan mengalir dari atasan ke bawahan dan sebaliknya. Komunikasi adalah penghubung antara kebutuhan organisasi akan suatu perubahan dan kebutuhan karyawan akan keamanan.

Dari Penjelasan dan hasil wawancara peneliti, dapat dijelaskan bahwa pentingnya komunikasi dalam memahami berbagai latar belakang dan kebutuhan karyawan dalam perusahaan. Indikator komunikasi yang baik adalah adanya komunikasi yang dapat menjadi penghubung untuk terjadinya pertukaran pesan antara pimpinan dan karyawan. Perusahaan yang memiliki latarbelakang dan keberagaman karyawan yang berbeda beda juga akan mengakibatkan banyaknya permasalahan-permasalahan yang akan muncul. Lalu, Kinerja Perusahaan juga sangat ditentukan bagaimana manajemen menciptakan komunikasi yang dibangun kepada karyawan.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini, telah dilakukan analisis mendalam terkait Manajemen Krisis di Kompas Gramedia. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. **Peran dan Tanggung Jawab Tim Manajemen Krisis:** Pentingnya membentuk tim

manajemen krisis yang terstruktur dan berperan dengan jelas dalam sebuah organisasi tidak dapat diabaikan. Tim tersebut terdiri dari berbagai peran yang mencakup manajemen komunikasi, koordinasi operasional, keamanan, dan pengambilan keputusanstrategis. Penelitian dan pengalaman sebelumnya menunjukkan bahwa tim ini memilikiperan kunci dalam mengidentifikasi, merespons, dan mengelola krisis dengan efektif. Komunikasi yang jelas dan terkoordinasi dalam tim adalah kunci untuk menjaga reputasi perusahaan dan memberikan dukungan yang tepat dalam menghadapi situasi krisis.

2. **Mengukur dampak Krisis terhadap Kesejahteraan, Produktivitas, dan Kepuasan Karyawan:** kesejahteraan karyawan serta komunikasi yang jelas selama krisis, loyalitas, kepuasan kerja, dan pengembangan keterampilan menjadi faktor pentingdalam menjaga karyawan yang produktif dan setia terhadap perusahaan. Lalu dalam pendekatan yang berbeda dalam mengukur dampak krisis. Semua pendekatan tersebut seharusnya memperhatikan aspek-aspek tersebut untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kesejahteraan, produktivitas, dan kepuasan karyawan
3. **Kendala Dalam Mengelola Komunikasi Internal Selama Krisis:** Kendala dalam manajemen krisis yaitu dengan penyampaian informasi karena cepatnya informasi yang harus dikomunikasikan dalam waktu singkat serta harus menjaga keseimbangan dalam memberikan informasi yang cukup untuk karyawan agar tersampaikan dengan baik tanpa memberikan banyak informasi yang bisa membuat karyawan kebingungan.

DAFTAR PUSTAKA

Asyifa, N. (2016). Implementasi Komunikasi Internal dalam Membangun Loyalitas karyawan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *XV*(1), 1–23. http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/viewFile/38/16

Dubrovski, D. (2014). The Competent Management Team as a Condition for Successful Crisis Solving. *Open Journal of Business and Management*, *02*(04), 321–328. https://doi.org/10.4236/ojbm.2014.24038

Fajri, C., & Mawadati, S. (2018). Manajemen Krisis Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal ASPIKOM*, *3*(4), 783. https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i4.224

Haerani, A. (2022). *Manajemen krisis pt. siak prima sakti dalam mempertahankan citra perusahaan skripsi*. *4565*.

Handayani, K., & Anom, E. (2010). Peran PR Menerapkan Manajemen Krisis dalam Memulihkan Citra Pt . Garuda Indonesia Pasca Kecelakaan Pesawat Boeing G. 737/400 DiYogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, *7*(1), 21–40.

Hasballah, M., Kohar, W., Delfi, M., Ilmu, M., & Universitas, K. (2018). Manajemen krisis tvri di era milenial. *Jispo*, *8*(2), 218–229.

Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2022). *Nomor skripsi 4593/kom-d/sd-s1/2022*.

Juliansyah, N. (2013). *Juliansyah, Noor, Penelitian ilmu Manajemen, (Jakarta: Kencana*

Prenada Media Group, 2013), h. 1 1 21. 21–50.

Landari, F., & Wahyuni, S. (2022). Dampak ketakutan akan Covid-19 terhadap stres kerja, niat keluar, kepuasan kerja dan trauma sekunder: peran moderasi dukungan supervisor. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, *8*(4), 1154. https://doi.org/10.29210/020222004 Luturmas, J. R. (2017). Pengaruh Budaya Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap ProduktivitasKerja Karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Ambon. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, *2*(2), 153–163.

Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. In *Metode Penelitian Sosial* (Vol. 33).

Marlianto, Dewi, S. I., & Rinata, A. R. (2023). Penerapan Manajemen Krisis oleh Humas PTPN XIII dalam Membangun Citra Positif Perusahaan. *Journal of Southeast Asian Communication*, *3*(2), 14–23.

Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, *12*(3), 145–151. https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102

Muhammad Hendroyono, F., & Yulianita, N. (2022). Manajemen Krisis Hotel Aston Kartika Grogol. *Bandung Conference Series: Public Relations*, *2*(1), 234–242. https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.696

Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., غسان, د., Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). Metode penelitian kualitatf. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, *6*(August), 128.

Prastya, N. M. (2011). Komunikasi Krisis di Era New Media dan Social Media Narayana Mahendra Prastya Mahasiswa Pascasarjana Komunikasi Universitas Gadjah Mada (UGM),Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, *6*(1), 1–20.

Pratiwi, P. Y., & Haninda, A. R. (2022). Strategi Manajemen Krisis Public Relations Dalam Mengembalikan Kepercayaan Karyawan. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, *3*(1), 39–58. https://doi.org/10.33376/is.v3i1.801

Purwaningwulan, M. M. (2013). Public Relations dan Manajemen Krisis. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, *11*(2), 172.

Ramadhika Dwi Poetra. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1.1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, *1*(69), 5–24.

Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, *6*(2), 152–162. https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069

Sekarbuana, M. W., Setyawati I Gusti Agung Alit, & Pascarani, ni N. D. (2017). Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT . Angkasa Pura I Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali dalam Menghadapi Dampak Erupsi Gunung Agung 2017. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Udayana*, 1–12.

Setyanto, Y., & Anggarina, P. T. (2017). Public Relations: Membangun Komunikasi Internal dalam Perusahaan. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(1), 55. https://doi.org/10.21070/kanal.v6i1.1424

Soegandhi, V. M., Sutanto, E. M., & Setiawan, R. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan PT

Surya Timur Sakti Jatim. Volume 1. Nomor 1. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen. Universitas Kristen Petra. *Jurnal AGORA*, *1*(1).

Suryani, I., & Sagiyanto, A. (2018). Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT Blue Bird Group. *Communication*, *9*(1), 103. https://doi.org/10.36080/comm.v9i1.624

Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Keabsahan data. *INA-Rxiv*, 1–22.

Tamher, R. S., & Najib. (2015). Peranan Hubungan Masyarakat dalam Manajemen Krisis Pasca Kasus Kebakaran Pasar Inpres Kota Tual. *Jurnal Komunikasi Kareba*, *Vol. 1*(No. 3), 271–282.

Tobing, D. hizki, Herdiyanto, Y. K., & Astiti, D. P. (2016). Bahan Ajar Metode Penelitian Kualitatif. *Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udaya*, 42. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/870ba33936829bb37ecd8f62f8514ba7.pdf

Wahdaniah, I., & Wahid, U. (2020). Strategi Manajemen Krisis Public Relations TNI Angkatan Laut dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Warta ISKI*, *3*(02), 160–167. https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.72

Wardiman, I. G., & Amanag, S. (2022). Manajemen Krisis: Komunikasi Krisis Dalam Public Relations Pada Bank Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 503–511.

Yunita, Sinta ; Kurniasari, N. G. A. K. (2021). Peran Departemen Public Relations PT Gramedia Asri Media Dalam Menjaga Hubungan Baik Dengan Pelanggan di Masa Krisis Pandemi Covid-19. *Pantarei*,*59*(1),111. https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/785/641