BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Krisis

Pada umumnya, krisis dapat dilihat sebagai suatu situasi atau kejadian yang lebih banyak mempunyai implikasi negatif pada perusahaan atau organisasi daripada sebaliknya. Krisis pada dasarnya merupakan sebuah situasi yang tidak terduga, artinya organisasi umumnya tidak dapat menduga bahwa akan muncul krisis yang dapat mengancam keberadaanya. Menurut (Devlin, 2007) a "crisis" is an unstable time for an organization, with a distinct possibility for an undesirable outcome. Yang berarti krisis merupakan suatu keadaan tidak stabil bagi suatu organisasi, dengan adanya kemungkinan untuk hasil yang tidak diinginkan.

Umumnya krisis dilihat sebagai suatu situasi atau kejadian yang lebih banyak punya implikasi negatif pada organisasi daripada sebaliknya. (Banks, 1996) Fearn-Banks (1996:1) mendefinisikan krisis sebagai *"a major occurrence with a potentially negative outcome affecting an organizatio*n, company or industry, as well as its publics, products, services or good name". (Banks, 1996)

Sebagai ancaman ia harus ditangani secara cepat agar organisasi dapat berjalan normal kembali setelah itu. Untuk itu Holsti melihat krisis sebagai *"situations characterized by surprise, high threat to important values, and a short decision time"* Dikutip dalam (Guth, 1995). Krisis membawa keterkejutan dan sekaligus mengancam nilai-nilai penting organisasi serta hanya ada waktu yang singkat untuk mengambil keputusan.

Krisis juga merupakan *"a disruption that physically affects a system as a whole and threaten its basic assumptions, its subjective sense of self, its exixtential*

core". Menurut mereka, krisis biasanya memiliki tiga dampak, yaitu pertama ancaman terhadap legitimasi organisasi, adanya perlawanan terhadap misi organisasi, dan ketiga, terganggunya cara orang melihat dan menilai organisasi.

2.1.1 Karakteristik Krisis

Dari beberapa penjelasan di atas tentu dapat disimpulkan bahwasannya krisis itu mempunyai beberapa karakteristik. Yang dapat digunakan sebagai alat untuk membedakan sebuah krisis dengan sebuh isu. Karakteristik krisis antara lain :

1) Peristiwa yang spesifik *(specific event*).

2) Krisis bersifat tidak diharapkan dan dapat terjadi setiap saat.

3) Krisis menciptakan ketidakpastian informasi.

4) Menimbulkan kepanikan.

5) Menimbulkan dampak bagi operasional organisasi.

6) Berpotensi menimbulkan konflik.

2.1.2. Sumber dan Jenis Krisis

Krisis adalah sebuah hal yang terkadang tidak dapat diprediksi kehadirannya. Tetapi langkah terbaik guna menghadapinya dengan membuat beberapa perencanaan. Menurut G. Harrisan dan White & Mazur, menyimpulkan bahwa krisis secara umum dapat disebabkan oleh dua sumber, yaitu dari dalam dan dari luar organisasi. Sumber krisis dari dalam organisasi antara lain : manusia, manajemen, dan teknologi. Sumber dari luar, yaitu peraturan peraturan pemerintah, bencana alam, dan kerusakan yang dilakukan oleh orang lain (malevolent). Krisis dapat

dikelompokan menjadi beberapa jenis, yaitu :

1) Krisis teknologi : Krisis yang disebabkan oleh kesalahan pengguna teknologi tertentu dalam operasional teknologi.

2) Krisis konfrontasi : Relasi yang buruk antara organisasi dan public, yang akhirnya memicu krisis. Ini terjadi bila public mengekspresikan kemarahannya karena ketidakpuasan terhadap operasi sehari-hari organisasi.

3) Krisis malevolence : Terjadi bila seseorang atau sekelompok mempunyai keinginan untuk menjatuhkan atau membahayakan organisasi, seperti sabotase atau kegiatan-kegiatan yang dapat mengganggu jalannya aktivitas organisasi.

4) Krisis manajemen : Terjadi karena kelompok manajemen gagal dalam melaksanakan tanggung jawabnya.

5) Krisis bencana alam : Krisis yang disebabkan oleh bencana alam yang mempengaruhi aktivitas organisasi.

6) Krisis produk : Krisis yang disebabkan oleh kesalahan produk.

2.1.3 Model Tahapan Krisis

Secara umum krisis berkembang melalui tiga tahap. Tahapan tersebut adalah :

1) Pra krisis (*pre-crisis)*

Pra krisis terjadi ketika situasi serius mulai muncul dan organiassai menyadarinya. Pada tahap ini telah diketahui tanda-tanda akan terjadinya krisis. Tetapi, jika situasi tersebut dibiarkan tanpa mengambil

tindakan pencegahan maka dapat berkembang menjadi krisis yang besar. Pada tahap ini, kesiapan manghadapi krisis adalah faktor terpenting. Kesiapan ini diperoleh dari upaya mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan munculnya krisis (melalui manajemen isu).

2) *Krisis (acute crisis)*

Tahap krisis akan terjadi ketika situasi tidak dapat di manajemen dengan baik oleh organisasi sehingga situasi tersebut menyebar luas ke luar organisasi. Pada tahap ini, jalan terbaik yang dilakukan adalah meminimalkan akibat krisis, tidak memunculkan korban baru, termasuk mengisolasi krisis agar tidak meluas. Yang utama adalah menjamin keselamatan public, bukan berkutat untuk mencari tahu penyebab krisis.

3) Pasca krisis *(post crisis)*

Terjadi ketika krisis sudah teratasi dan organisasi berupaya mempertahankan citranya atau kehilangan citra tersebut. Masa ini organisasi berupaya untuk memperbaiki segala akibat yang ditimbulkan krisis *(recovery)*. (Wasesa, 2006)

2.2 Komunikasi Krisis

2.2.1 Krisis Komunikasi dan Komunikasi Krisis

Untuk tidak mengaburkan pembahasan, perlu dijelaskan hubungan antara krisis komunikasi dan komunikasi krisis. Krisis komunikasi berbeda dengan komunikasi krisis. Krisis komunikasi adalah masalah atau krisis yang terjadi dalam sebuah perusahaan yang disebabkan oleh unsur-unsur komunikasi. Meminjam terminologi Redi Panuju (2002)

proses komunikasi yang mengandung kemelut (krisis) memiliki ciri : • ada silang pendapat yang tajam dan tidak menunjukkan adanya itikad atau usaha saling memahami satu sama lain, saling mencari kesalahan pihak lain sehingga berpotensi diikuti tindakan pisik yang destruktif; • tidak melihat sisi positif atau maksud baik komunikasi, komunikasi hanya untuk merendahkan posisi lawan, komunikasi berjalan secara asimetris dan sulit terjadi konvergensi; • pesan diterima dengan seleksi ketat, diwarnai emosi dan kecurigaan

sehingga pesan mengalami distorsi. Yang menonjol adalah ego (bukan persamaan sifat, kebiasaan dan sebagainya). Selain menguraikan krisis komunikasi, Redi juga menjelaskan krisis yang terjadi di bagian kehumasan. Krisis yang disebabkan oleh komunikasi yang mengandung kemelut ataupun krisis yang terjadi di bagian Humas ini juga dapat membahayakan nasib perusahaan dan Organisasi. Perselisihan yang memuncak dapat menyebabkan organisasi terpecah, bubar bahkan ke perbuatan kriminal. Tentunya yang terakhir ini bila sampai kepada kontak fisik yang menimbulkan kerugian. Sebaliknya, komunikasi krisis adalah kegiatan pemberian informasi untuk menjelaskan tentang terjadinya krisis, baik yang disebabkan oleh bencana alam, gangguan teknis, kesalahan manusia maupun karena krisis komunikasi, termasuk upaya-upaya yang telah dilakukan dan akan dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk dapat segera menyelesaikan atau membantu menyelesaikan krisis sehingga krisis

tersebut bisa segera ditanggulangi, tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar lagi dan tentunya tidak menimbulkan korban jiwa manusia maupun korban lukaluka. Tujuan komunikasi krisis adalah dalam rangka mencapai tujuan manajemen krisis. Tujuan manajemen krisis adalah, pasti, menghindari krisis lebih di atas segalanya. Namun bila tidak dapat dihindari, tujuannya adalah menghentikan krisis dengan cepat, membatasi kerugian, memulihkan dan mengembalikan kepercayaan publik, meraih kembali reputasi perusahaan yang sudah rusak atau hilang. Keberhasilan komunikasi krisis dilihat dari keberhasilannya dalam membantu mewujudkan tujuan manajemen krisis.

2.3 Manajemen POAC

Strategi komunikasi dalam pendekatan manajemen pada hakikatnya adalah perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing),pelaksanaan (actuiting),dan pengawasan / evaluasi (controling)dalam manajemen (management)untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Onong Uchjana, 2009) Berikut merupakan definisi dari perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing),pelaksanaan (actuiting),dan pengawasan / evaluasi (controling) yaitu :

1.Perencanaan (planning)

Perencanaan merupakan fungsi penentu tentang apa yang akan dilaksanakan

dalam batas waktu tertentu, biaya dan fasilitas tertentu untuk mencapai hasil yang telah ditentukan. Perencanaan juga merupakan suatu pemikiran pendahuluan dalam usaha mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan memberikan sasaran bagi organisasi dan menetapkan prosedur terbaik untuk mencapai sasaran tersebut. Dengan cara menetapkan tujuan, aturan, menyusun rencana dan sebagainya.Tujuan perencanaan adalah suatu hasil akhir secara efektif dan efisien menjadi pokok dari proses manajemen, sesuai dengan kebijaksanaan-kebijaksanaan umum yang telah dibuatnya. (Onong Uchjana, 2009)

2.Pengorganisasian (organizing)

Pengorganisasian adalah menciptakan suatu kerangka atau struktur kerja yang tersusun rapi, sehingga setiap bagian akan merupakan satu kesatuan dan bersifat saling mempangaruhi, dengan kata lain bisa juga disebut penyusunan tugas kerja dan tanggung jawabnya.Pengorganisasian meliputi proses pengaturan dan pengalokasian kerja, wewenang dan sumber daya dikalangan anggota organisasi sehingga mereka dapatmencapai tujuan organisasi secara efisien. Tujuan pengorganisasian yaitu mempermudah pelaksanaan tugas dan pengawasan setiap unit orang sehingga manajemen berhasil secara efektif dan efisiensi. (Onong Uchjana, 2009)

3.pelaksanaan (actuiting)

Pelaksanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan untuk membimbing, mengarahkan, mengatur segala kegiatan-kegiatan orang yang telah diberi tugas di dalam melaksanakan sesuatu kegiatanusaha. Dengan

menciptakan suasana yang tepat, para pimpinan membantu karyawan mereka dengan menjalankan tugasnya dengan baik. Dibandingkan dengan perencanaan dan pengorganisasian yang berhubungan dengan aspek-aspek yang lebih abstrak. Tujuannya adalah agar proses manajemen dapatberhasil sesuai dengan rencana yang diharapkan secara efektif dan efisiensi. (Onong Uchjana, 2009)

4.Pengawasan / evaluasi (controling)

Controling yang mempunyai perananan atau kedudukan yang penting sekali dalam manajemen, mengingat mempunyai fungsi untuk menguji apakah pelaksanaan kerja teratur tertib, terarah atau tidak. Walaupun planning, organizing, actuating baik, tetapi apabila pelaksanaan kerja tidak teratur, tertib dan terarah, maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Dengan demikian control mempunyai fungsi untuk mengawasi segala kegaiatan agara tertuju kepada sasarannya, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. (Cangara, 2014).

2.4 Manajemen Krisis Public Relations

Isu adalah kejadian yang berada diluar kontrol. Pada tingkat tertentu mempengaruhi arah strategi (individu, organisasi maupun perusahaan), sehingga perlu pengambilan tindakan secepatnya. Isu bisa jadi berawal dari individu atau kelompok kepentingan yang kemudian menjadi perdebatan publik, karena isu mempunyai muatan politik dan dapat menimbulkan keputusan legal. Akibatnya dapat merugikan atau menghambat aktivitas. Isu apapun mempunyai siklus.. Pada tahap tertentu manajemen isu berkembang menjadi manajemen krisis. Krisis adalah

situasi yang merupakan titik balik (turning point) yang dapat membuat sesuatu tambah baik atau tambah buruk.

Menghadapi Isu Dan Krisis Upaya Preventif

Upaya yang paling baik dalam mengatasi terjadinya krisis adalah upaya preventif, beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain:

1. Menumbuhkan kepercayaan masyarakat pada perusahaan
2. Pembentukan kepercayaan dapat ditempuh dengan cara membina hubungan baik dengan media massa

Upaya kuratif

Pada saat krisis melanda organisasi ataupun perusahaan ada beberapa langkah yang perlu dilakukan seperti:

1. Mengidentifikasi krisis
2. Mengisolasi krisis
3. Menanggani krisis.

Menanggani Isu dan Krisis

Bila tim manajemen krisis sudah dibentuk dan sudah berhasil mengidentifikasi krisis, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisa untuk menentukan tindakan apa yang harus diambil. Untuk membuat keputusan dan tindakan yang tepat diperlukan:

1. Informasi yang lengkap
2. Teknik pengambilan keputusan yang baik
3. Sikap mental yang mendukung
4. Pengetahuan dan pengalaman yang memadai

5. Pelatihan manajemen krisis ataupun teknik decision making

Dimasa krisis, sering terjadi organisasi ataupun perusahaan dan organisasi mendapat sorotan negatif dari media massa. Ketertutupan kepada media massa akan membuat perusahaan semakin menjadi sorotan. Oleh karena itu diperlukan adanya keterbukaan dan kejujuran dari tim krisis dalam memberikan informasi tentang hal-hal yang terjadi. Agar pemberian informasi kepada media massa menguntungkan pihak Organisasi, sangat dianjurkan untuk menunjuk seorang juru bicara yang bisa tenang menghadapi pertanyaan dari pihak wartawan. Bagin seorang humas, masa krisis pasti terjadi, harus dihadapi, dan harus segera diubah menjadi sesuatu hal yang mengasyikkan.

2.5 Goverment Public Relations (GPR)

Kemajuan teknologi memainkan peran penting dalam kehidupan banyak orang tidak terkecuali dalam bidang urusan publik seperti pemerintahan. Praktisi saat ini dituntut agar dapat memahami peran penting sebuah media berita dalam kehidupan publik, cara menghadapi media, dan cara mengupayakan komunikasi eksternal. Hal ini dapat digunakan untuk memajukan pekerjaan badan publik (Lee, Neeley, & Stewart, 2012). Public relations merupakan bagian penting dalam tata kelola organisasi termasuk lembaga pemerintah. Sering disebut dengan government public relations atau humas pemerintah. definisi government public relations dikemukakan oleh Mordecai Lee dkk (2012, hal. 161)

dalam buku berjudul *The Practice of Government Public Relations*, yaitu *"Government public relations is the type of communication function that deals with*

the interaction of the citizenry with the government, with governmental regulators, and the legislative (elected and appointed) and regulatory arms of government". *Government public relations* merupakan alat komunikasi yang menghubungkan antara warga dan pemerintah, dengan para pembuat peraturan, legislatif, dan perpanjangan tangan pemerintah ke masyarakat. Sedangkan Lattimore dkk dalam (Suprawoto, 2018) mendefinisikan government public relations adalah fungsi manajemen yang membantu lembaga pemerintah dalam mencapai tujuannya serta membantu untuk beradaptasi dengan tuntutan konstituen dan lingkungannya. Government public relations ini memiliki fungsi yang sangat luas dan memainkan peran penting di pemerintahan karena dianggap sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat.

Definisi *government public relations* tidak lepas dari definisi pemerintah di mana pemerintah memiliki arti semua lembaga negara yang memiliki fungsi legislatif, eksekutif, yudikatif dan lembaga eksektutif yang menjalankan fungsi untuk mencapai tujuan negara (Suprawoto, 2018). Sehingga fungsi public relations dalam pemerintahan memainkan peran penting dalam pelaksanaanya. Seperti yang diungkapkan oleh (Lattimore, Baskin, Heiman , & Toth, 2014) bahwa government public relations membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintah, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi informasi yang cukup kepada publik.

(Suprawoto, 2018) memetakan perbedaan *public relations* dan *government public relations*, yaitu:

Sumber: Suprawoto, 2018 (*Government Public Relations*: Perkembangan dan Praktik di Indonesia)

Tabel 2.1
Perbedaan Public Relations dan Goverment Public Relations

Public Relations	*Government Public Relations*
Berada di luar pemerintahan	Di dalam lingkup penyelenggara negara atau pemerintahan
Berfokus pada publik dan pemangku kepentingan	Berfokus pada publik, pemangku kepentingan, dan seluruh warga negara atau masyarakat
Bertujuan membentuk citra perusahaan	Berupaya membentuk citra organisasi, melayani untuk memenuhi hak masyarakat dalam mendapatkan akses informasi, dan berkomunikasi
Ada produk yang diperjualbelikan	Tidak ada yang diperjualbelikan.

Perbedaan antara *public relations* dan *government public relations* cukup menjelaskan bahwa tugas humas pemerintah memiliki beban yang lebih berat dibandingkan dengan humas di sektor lainnya. *Public relations* memiliki peran yang berpengaruh besar pada organisasi, sehingga diperlukan metode dan teknik komunikasi yang efektif karena peran *public relations* dalam proses pengambilan keputusan yaitu sebagai komunikator. Lebih lanjut, (Grunig , 1992) dalam bukunya yang berjudul *Excellence in Public Relations and Communication Management* mengidentifikasikan dua peran utama *public relations*, yaitu sebagai manajer dan teknisi. *Public relations* sebagai manajer, yaitu membuat konsep dan mengarahkan program *public relations*. Sedangkan *public relations* sebagai teknisi, yaitu menyediakan layanan teknis seperti menulis, mengedit, fotografi, kontak media, atau produksi publikasi.

Selain itu, *public relations* memiliki fungsi dalam menyelaraskan kebijakan publik. Komunikasi yang baik merupakan kunci sebuah organisasi dalam

membangun hubungan dengan publiknya sehingga tujuan organisasi dapat tercapai. Tujuannya membantu masyarakat dalam menetapkan tujuan dan memberikan pemahaman yang baik dalam organisasi. Sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Cutlip di bawah ini.

> "*Public relations* melayani berbagai macam institusi di dalam masyarakat, seperti bisnis, serikat perdagangan, agen pemerintah, asosiasi sukarela, yayasan, rumah sakit, sekolah, perguruan tinggi, dan institusi religius. Untuk meraih tujuan ini, institusi-institusi tersebut harus mengembangkan hubungan yang efektif dengan banyak audien atau publik yang berbeda-beda, seperti karyawan, anggota satu kelompok, konsumen, komunitas lokal, *shareholder*, dan institusi lain dan dengan masyarakat yang lebih luas" (Cutlip, Center, & Broom, 2006) hal 7.

Terdapat delapan tujuan government public relations menurut Mordecai Lee dkk (2012), yaitu:

1. *Media relations*

Hubungan government public relations dengan wartawan sangat penting dalam praktik public relations. Hubungan dengan media menempati posisi utama dalam hubungan publik karena media berfungsi sebagai "gatekeepers" yang dapat mengendalikan informasi yang mengalir ke Publik. (Grunig, Managing Public Relations, 1984)

2. *Public reporting*

Government public relations sebagai kepanjangan tangan pemerintah memiliki tujuan untuk melaporkan setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat. Pelaporan tersebut dapat melalui berbagai saluran komunikasi seperti website, media cetak, media elektronik, dan lain sebagainya. Sehingga pengelolaan media informasi dan komunikasi harus diperhatikan (Suprawoto, 2018).

3. *Respossiveness to the public*

Salah satu fungsi government public relations adalah menjadi penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Sehingga tujuan humas pemerintah, yaitu menjadi salah satu saluran komunikasi yang mampu menjembatani komunikasi dua arah antara publik dan pemerintahnya. Pola komunikasi timbal balik diperlukan oleh government public relations (Suprawoto, 2018).

4. *Increasing the utilization of service and product*

Tujuan berikutnya adalah meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Selain itu pemerintah juga dituntut untuk terus berkembang sehingga pelayanan publik semakin baik (Suprawoto, 2018).

5. *Public educations and public service campaigns*

Pendidikan dan kampanye kepada masyarakat merupakan tujuan government public relations berikutnya. Kampanye ini sangat dekat dengan komunikasi persuasif (Michael Pfau dan Roxanne Parrot dalam Ruslan, 2008). Melalui pendidikan dan kampanye, masyarakat akan lebih mengetahui tentang berbagai program serta aturan yang dijalankan oleh pemerintah. Memberikan pemahaman dan mengajak masyarakat untuk menjalankan program serta aturan pemerintah merupakan salah satu cara mengomunikasikan yang bertujuan untuk kesejahteraan bersama.

6. *Seeking voluntary public compliance with law and regulations*

Membuat publik dengan sukarela untuk mematuhi hukum dan regulasi merupakan salah satu tujuan adanya government public relations. Sehingga humas pemerintah dalam melakukan sosialisasi terkait program maupun aturan lebih efektif dan efisien (Suprawoto, 2018).

7. *Using the public as the eyes and ears of an agency*

Membentuk masyarakat sebagai mata dan telinga sebagai wujud sinergi antara pemerintah dan masyarakat. Sinergi diperlukan agar keberlangsungan sebuah sistem berjalan dengan baik (Suprawoto, 2018).

8. Icreasing public support

Government public relations bertujuan untk meningkatkan dukungan dari masyarakat agar program dan kebijakan pemerintah dapat berjalan dengan baik (Suprawoto, 2018).

2.6 Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media (Muhammad, 2008). Pengertian lain mengatakan bahwa komunikasi publik merupakan suatu komunikasi yang dilakukan di depan banyak orang. Dalam komunikasi publik pesan yang disampaikan dapat berupa suatu informasi, ajakan, gagasan. Sarananya, bisa media massa, bisa pula melalui orasi pada rapat umum atau aksi demonstrasi, blog, situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, e-mail, milis, SMS, surat, surat pembaca, reklame, spanduk, atau apa pun yang bisa menjangkau publik. (West, 2008).

2.7 **Kerangka Pemikiran**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran

Wabah Covid-19 ini merupakan sebuah pandemi baru yang menyerang berbagai negara di Dunia dan bahkan Indonesia. Wabah ini telah berdampak pada segala sektor kehidupan manusia. Tidak hanya dalam sektor kesehatan tapi semua dimensi kehidupan terdampak dan terancam sehingga harus berubah atau menyesuaikan keadaan.

Upaya memutus penularan menjadi tema besar di berbagai negara dunia termasuk Indonesia. Termasuk pemerintah tentu harus mempersiapkan semua elemen agar mampu menghadapi dampak dari wabah ini. upaya ini tidak bisa lepas dari upaya komunikasi krisis yang dilakukan oleh pemerintah yang dalam hal ini

adalah kementerian komunikasi dan Informatika RI untuk menyiapkan masyarakat dalam menghadapi pandemi yang menyebabkan krisis di berbagai dimensi kehidupan kita. Karena krisis selalu punya dimensi teknis dan dimensi komunikasi. maka, Setiap krisis selalu akan memunculkan juga komunikasi krisis. Yaitu terkait menyampaikan komunikasi agar publik dan masyarakat dapat menghadapi krisis dengan lebih tenang dan hati-hati. Juga terkait dengan berkomunikasi pada masyarakat untuk menyampaikan warning atau bagaimana pula menjelaskannya kepada publik dan media. Bahwa pemerintah tidak tinggal diam. Karena covid-19 ini mencakup komunikasi krisis yang lebih besar dari pada persoalan Humas. Pemerintah harus membuat berbagai protokol dan aturan untuk menangani krisis.

Lantas penelitian ini hadir untuk mengetahui bagaimana dan seperti apa tugas dari kementerian komunikasi dan informatika untuk menghadapi krisis ini terutama dalam dimensi komunikasi terkait Covid-19 di Indonesia yang dalam hal ini difokuskan menjadi tiga hal yaitu strategi Komunikasi Krisis mereka Sebelum Krisis terjadi, Saat Krisis Terjadi dan Setelah krisis terjadi yang dilakukan pemerintah terkait pemberian informasi dan himbauan terkait apa yang telah diusahakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintah. Setiap permasalahan atau point pembahasan akan di analisis menggunakan teori yang berbeda. Terkait dengan Strategi Komunikasi krisis (Tahap sebelum krisis) akan dikaji menggunkaan teori Manajemen POAC (Planing, Organizing, Actuating, Controling) serta (saat krisis terjadi) menggunakan Manajamen Isu Krisis dan Konflik meliputi dari mengidentifikasi isu, analisis isu, merumuskan strategi, melakukan strategi, dan yang terakhir evaluasi hasil , Lalu Terkait bagaimana keberhasilan komunikasi

publik (Setelah krisis terjadi) akan menggunakan teori komunikasi Publik meliputi Pemenuhan Kebutuhan Informasi dan Penyebaran Informasi (Information Sharing).

Maka akan ditemukan hasil tentang seperti apa tugas dan bagaimana Strategi Kementerian Komunikasi Dan Informatika Dalam Menangani Komunikasi Krisis Terkait Kasus Covid-19 Di Indonesia dalam bidang komunikasi dilihat dari perencanaan hingga implementasi keberhasilan saat krisis terjadi guna mencapai tujuan dari keberhasilan Komunikasi Krisis .