

Strategi Komunikasi Krisis DPR RI Menggunakan Instagram Menghadapi Penolakan RUU Cipta Kerja

The DPR RI Crisis Communication Strategy Using Instagram Facing the Rejection of Job Creation Bill

**Indra Iskandar,¹ Dadang Rahmat Hidayat,² dan
Centurion Chandratama Priyatna³**

¹indra.iskandar@dpr.go.id

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
Jalan Raya Ir. Sukarno Km. 21, Jatinangor, Jawa Barat 45363

²dadang.rahmat@unpad.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
Jalan Raya Ir. Sukarno Km. 21, Jatinangor, Jawa Barat 45363

³centurion.priyatna@unpad.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
Jalan Raya Ir. Sukarno Km. 21, Jatinangor, Jawa Barat 45363

Naskah diterima: 20 Agustus 2021 | Naskah direvisi: 22 November 2021 | Naskah diterbitkan: 31 Desember 2021

Abstract: *The following study analyzes the social media strategy of the DPR RI's Instagram facing the rejection of the Job Creation Bill on social media. The rejection on social media using hashtags #TolakOmnibusLaw Job Creation. The study uses Coombs situational crisis communication theory (SCCT) model as a framework for understanding and suggesting future crisis communication strategies using social media selections. The result from this research shows that the DPR RI's Instagram is an effective tool for monitoring and engaging public discourse during the #TolakOmnibusLaw Job Creation crisis. This study explores the ideas presented by the DPR RI's Instagram on 14 April 2020, the first time the Job Creation Bill was discussed until President Joko "Jokowi" Widodo officially signed the Job Creation Bill into Law No. 11 of 2020 on November 2, 2020. From the data collected, this research found 17 posts related to the Job Creation Bill. From the analysis of 17 posts, this study concludes that the dominant strategy from the DPR RI Instagram is denial. Denial strategy with denial tactics based on the SCCT Coombs theory is an effective strategy in facing many hoaxes in the Job Creation Bill's crisis.*

Keywords: *#TolakOmnibusLaw; crisis communication; Job Creation Bill's social media strategy; situational crisis communication theory*

Abstrak: Studi ini menganalisis strategi media sosial pada masa krisis yang harus dihadapi DPR RI akibat adanya penolakan pengesahan Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (UU) yang terjadi di media sosial. Penolakan tersebut dilancarkan dengan menggunakan #TolakOmnibusLaw. Studi ini menggunakan *situational crisis communication theory* (SCCT), model yang digagas oleh Coombs sebagai kerangka berpikir untuk memahami dan merekomendasikan strategi komunikasi krisis menggunakan media sosial dengan studi kasus terhadap akun Instagram DPR RI. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram

DPR RI menjadi alat yang efektif untuk memonitor dan meng-engage perbincangan publik pada masa krisis #TolakOmnibusLaw. Studi ini menganalisis gagasan yang ada pada unggahan akun Instagram DPR RI mulai 14 April 2020 yang merupakan tanggal RUU Cipta Kerja pertama kali dibahas di DPR RI hingga saat Presiden Joko "Jokowi" Widodo menandatangani UU No.11 Tahun 2020 pada 2 November 2020. Berdasarkan pengumpulan data diperoleh 17 unggahan terkait dengan RUU Cipta Kerja. Dari hasil analisis terhadap ke-17 unggahan disimpulkan bahwa strategi dominan dari akun resmi Instagram DPR RI dalam menghadapi penolakan terhadap RUU Cipta Kerja adalah *denial*. Strategi *denial* dengan taktik *denial* berdasarkan teori SCCT Coombs merupakan strategi yang efektif menghadapi banyaknya hoaks dalam krisis yang disebabkan penolakan pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi UU.

Kata Kunci: #TolakOmnibusLaw; krisis komunikasi; strategi media sosial; teori komunikasi krisis situasional

Pendahuluan

Kondisi krisis dihadapi oleh DPR RI pada saat pembahasan hingga pada saat pengesahan Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (UU). RUU Cipta Kerja dikenal masyarakat sebagai RUU *Omnibus Law* Cipta Kerja. Padahal *omnibus law* merupakan metode atau teknik perumusan peraturan perundang-undangan yang memiliki ciri khas sebagai berikut: (1) multisektor atau terdiri dari banyak muatan sektor dengan tema yang sama; (2) terdiri dari banyak pasal, akibat banyak sektor yang dicakup; (3) terdiri atas banyak peraturan perundang-undangan yang dikumpulkan dalam satu peraturan perundang-undangan baru; (4) mandiri atau berdiri sendiri, tanpa terikat atau minimum terikat dengan peraturan lain; (5) menegasikan atau mencabut sebagian dan/atau keseluruhan peraturan yang lain (Cakra & Sulistyawan, 2020). Namun, di kalangan masyarakat RUU Cipta Kerja terlanjur dipahami sebagai RUU *Omnibus Law*. Akibatnya, penolakan pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi UU di media sosial dilakukan dengan menggunakan *hashtag* atau tanda pagar (tagar) #TolakOmnibusLaw.

RUU Cipta Kerja disetujui dan disahkan menjadi UU oleh DPR RI bersama pemerintah pada 5 Oktober 2020 dan diundangkan oleh pemerintah pada 2 November 2020. Sejak awal pembahasan hingga disahkan menjadi UU, RUU Cipta Kerja me-

nuai banyak penolakan. Kalangan buruh bahkan, sempat melakukan gerakan mogok nasional selama tiga hari, yaitu mulai 6 Oktober hingga 8 Oktober 2020 sebagai bentuk penolakan terhadap RUU Cipta Kerja.

RUU Cipta Kerja disebut sebagai RUU sapu jagat. Hal itu karena RUU tersebut mengganti atau menghapus berbagai macam regulasi dalam 79 undang-undang yang berbeda, mulai dari aturan ketenagakerjaan, lingkungan hidup, sumber daya alam, hingga masalah penyiaran. RUU Cipta Kerja memang dibentuk menggunakan metode *omnibus law* yang berarti konsep pembuatan regulasi yang menggabungkan beberapa aturan yang substansi pengaturannya berbeda, menjadi satu peraturan dalam satu payung hukum (Anggono & Firdaus, 2020).

Alasan penolakan RUU Cipta Kerja antara lain karena masyarakat beranggapan proses perumusannya cenderung tertutup dan tidak melibatkan publik. Substansi dalam RUU Cipta Kerja juga dinilai akan berdampak buruk pada masyarakat karena mendorong terjadinya liberalisasi ekonomi yang cukup masif. Regulasi dan aturan hukum yang berfungsi untuk melindungi kepentingan publik akan dihapuskan atau diperlemah sehingga berpotensi merugikan kesejahteraan masyarakat, khususnya berkaitan dengan ketenagakerjaan (Nathan & Sunardi, 2020).

Penolakan terhadap RUU Cipta Kerja tidak hanya dilakukan melalui mogok kerja

selama tiga hari dan melalui demonstrasi di jalanan, tetapi juga digaungkan di media sosial menasar DPR RI sebagai lembaga legislatif yang membahas RUU Cipta Kerja bersama pemerintah. Berdasarkan data dari penelitian awal yang dikumpulkan mulai 12 September sampai 12 Oktober 2020 diketahui terdapat sejumlah tagar yang digunakan untuk menyuarakan penolakan terhadap RUU Cipta Kerja, seperti dapat dilihat di Tabel 1.

Tabel 1.
Tanda Pagar Terkait DPR RI dalam #TolakOmnibusLaw Cipta Kerja

No.	Tanda Pagar #	Mentions (Disebut)
1.	#TolakOmnibusLaw	506
2.	#mositidakpercaya	136
3.	#dpr	92
4.	#tolakruuciptakerja	34
5.	#dprri	28
6.	#tolakuuciptakerja	25
7.	#batalkanomnibuslaw	24
8.	#dprkhiranirakyat	22
9.	#dprkhiranati	22
10.	#jegalsampaigagal	21
11.	#puanmaharani	20

Sumber: Brand24 (diolah)

Dari Tabel 1 diketahui bahwa gerakan #TolakOmnibusLaw menjadi kondisi kritis bagi DPR RI sebab mengancam reputasi atau citra DPR RI. Sejumlah tagar pun ditujukan langsung kepada DPR RI, seperti #mositidakpercaya yang disebut hingga 136 kali, #dprkhiranirakyat yang disebut hingga 22 kali, #dprkhiranati yang disebut 22 kali, dan penggunaan tagar lainnya.

Salah satu platform media sosial yang digunakan untuk menyuarakan tagar #TolakOmnibusLaw Cipta Kerja adalah Instagram. Melalui Instagram, warganet ramai menggunakan berbagai tagar yang menyuarakan penolakan terhadap RUU Cipta Kerja (Tia, 2020). Karena itu, kondisi kritis yang dihadapi DPR RI berkaitan dengan gerakan #TolakOmnibusLaw di media sosial menjadi salah satu kasus yang sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Menyikapi kondisi krisis penolakan terhadap RUU Cipta Kerja tersebut, DPR RI berusaha memaksimalkan penggunaan media sosialnya. Setidaknya itu tampak dari berbagai unggahan di akun media sosial DPR RI. Karena itu, artikel ini bermaksud menjawab pertanyaan apa strategi komunikasi DPR RI menghadapi krisis #TolakOmnibusLaw dengan menggunakan akun resmi Instagram DPR RI yaitu @dpr_ri bila dianalisis dengan menggunakan SCCT milik Coombs?

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan tentang strategi komunikasi krisis DPR RI dengan menggunakan Instagram menghadapi kondisi krisis akibat adanya gerakan penolakan RUU Cipta Kerja di media sosial yang dilakukan dengan menggunakan tagar #TolakOmnibuslaw.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan sah datanya dengan memperhatikan konteksnya (Krippendorff, 1991). Analisis isi dilakukan terhadap konten akun resmi Instagram @dpr_ri mulai 14 April 2020 yang merupakan tanggal pertama kali RUU Cipta Kerja dibahas DPR RI bersama pemerintah hingga tanggal 2 November 2020, yang merupakan tanggal Presiden Joko Widodo menandatangani RUU Cipta Kerja menjadi UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Dalam rentang waktu yang ditetapkan tersebut diperoleh 17 unggahan akun resmi Instagram @dpr_ri terkait RUU Cipta Kerja.

Untuk menjaga keobjektifan, hasil analisis isi diuji reliabilitasnya. Uji reliabilitas diperlukan karena tidak boleh ada penafsiran antara pengode yang satu dengan pengode yang lain. Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur dapat dipercaya dan menghasilkan temuan yang sama ketika dilakukan oleh orang yang berbeda. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengkodean atau disebut dengan uji antarkode dengan

menggunakan rumus Holsti (Kriyantono, 2006), sebagai berikut:

$$\frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

M : Jumlah *coding* yang dibuat pengkode dan periset

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat pengode 1

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat pengode 2

Artikel ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan studi dan teori yang membahas tentang strategi komunikasi pada saat krisis, khususnya strategi komunikasi Parlemen dengan menggunakan Instagram pada saat krisis yang dianalisis menggunakan SCCT yang digagas oleh Coombs. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi DPR RI secara umum dan bagi pengelola akun media sosial DPR RI khususnya tentang bagaimana menerapkan strategi komunikasi menggunakan Instagram pada masa krisis dengan tepat.

Komunikasi Krisis

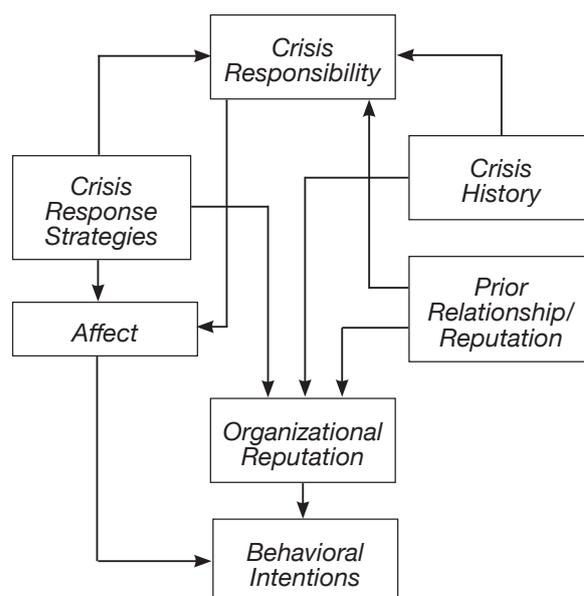
Terdapat sejumlah definisi tentang krisis. W. Timothy Coombs mendefinisikan krisis sebagai “*an event that is an unpredictable, major threat that can have a negative effect on the organization, industry, or stakeholders if handled improperly*”. Secara ringkas krisis adalah suatu peristiwa yang tidak dapat diprediksi, ancaman besar yang dapat berdampak negatif pada organisasi, industri, atau pemangku kepentingan jika ditangani secara tidak tepat (Coombs, 2006: 2). Menurut Meena Ahmed (2006), krisis ada dua jenis, yaitu: *pertama*, krisis yang terjadi secara tiba-tiba atau yang disebut dengan jenis kobra, seperti krisis yang terjadi pada Exxon-Valdez akibat kebocoran kapal tanker 24 Maret 1989. *Kedua*, jenis krisis yang dapat diprediksi karena terjadinya lambat atau yang disebut dengan krisis piton. Umumnya krisis piton dianggap lambat dan berkembang masalah demi masalah, seperti

krisis yang dialami Intel (Ahmed, 2006: 4). Coombs (2015) membagi krisis menjadi tiga tahapan, yaitu: fase prakrisis, fase krisis, dan fase pascakrisis atau setelah krisis. Lebih lanjut Coombs dan Holladay (2009) mendefinisikan komunikasi krisis sebagai sebuah kumpulan, proses, atau diseminasi informasi yang dilakukan untuk mengatasi situasi krisis.

SCCT Model Coombs

Situational crisis communication theory (SCCT) atau teori komunikasi krisis situasional digagas pertama kali oleh Timothy W. Coombs dan Sherry J. Holladay. Studi komunikasi krisis telah mulai berkembang dengan secara sistematis meneliti bagaimana orang memandang strategi-strategi dalam merespons krisis. Masalahnya adalah selama ini teori komunikasi krisis terlalu mempromosikan bahwa *apology* merupakan strategi paling tepat (Coombs dan Holladay, 2008). Pada 2010, Coombs dan Holladay menjabarkan tujuh elemen SCCT, seperti dilihat pada Bagan 1.

Berdasarkan Bagan 1, elemen inti pertama dari SCCT adalah kluster krisis. Kluster situasi krisis menurut Coombs terdiri dari krisis yang menempatkan organisasi



Bagan 1. Model SCCT Coombs

Sumber: Coombs & Holladay, 2010

sebagai korban, krisis yang tidak sengaja, dan krisis yang dapat dicegah.

Elemen inti kedua dari SCCT meninjau strategi respons krisis. Strategi respons krisis ini digunakan untuk memperbaiki reputasi, mengurangi pengaruh negatif, dan mencegah niat. Coombs (2007) membagi strategi respons krisis menjadi dua, yaitu: *primary crisis response strategies* dan *secondary crisis response strategies*. Strategi dan taktik respons krisis menurut Coombs dapat dilihat di Tabel 2.

Strategi *denial* memiliki tiga taktik, yaitu: pertama, taktik *attack the accuser* (taktik menyerang penuduh) yaitu organisasi menyerang orang atau kelompok yang menyatakan kesalahan organisasi. Kedua, taktik *denial* (taktik penyangkalan) yaitu organisasi menyangkal adanya krisis. Ketiga, taktik *scapegoat* (taktik mencari kambing hitam) yaitu organisasi menyalahkan penyebab terjadinya krisis organisasi adalah entitas yang lain.

Strategi *diminish*, memiliki dua taktik, yaitu: taktik *excuse* dan taktik *justification*. Taktik *excuse* (taktik alasan) adalah organisasi menyangkal adanya niat untuk menyakiti dan mengklaim krisis disebabkan karena ketidakmampuan mengontrol peristiwa. Taktik *justification* (taktik membenaran) a-

dalah suatu taktik di mana organisasi berusaha meminimalkan kerusakan yang dirasakan dan berfokus pada merasionalisasikan tindakan.

Strategi *deal* terdiri dari lima taktik, yaitu: taktik *ingratiation*, taktik *concern*, taktik *compassion*, taktik *regret*, dan taktik *apology*. Taktik *ingratiation* (taktik memuji) yaitu suatu taktik yang dilakukan dengan cara memuji pemangku kepentingan dan/atau mengingatkan mereka tentang pekerjaan organisasi. Taktik *concern* (taktik perhatian) yaitu organisasi mengungkapkan kepedulian terhadap para korban. Taktik *compassion* (taktik belas kasih) dilakukan organisasi dengan cara menawarkan uang dan hadiah lain untuk para korban. Taktik *regret* (taktik penyesalan) yaitu organisasi merasa buruk tentang krisis, dan taktik *apology* (taktik permintaan maaf) yaitu organisasi menyatakan bertanggung jawab penuh atas krisis (Coombs dan Holladay, 2008).

Strategi *bolstering* adalah strategi organisasi yang berusaha mengingatkan kembali hal-hal positif yang dilakukan di masa-masa sebelumnya untuk mengurangi persepsi negatif terhadap organisasi. Strategi *bolstering* memiliki tiga taktik, yaitu *reminder*, *ingratiation*, dan *victimage*. Taktik *reminder* (taktik mengingatkan kebaikan di

Tabel 2.
Strategi dan Taktik Komunikasi Krisis

Jenis Respons Krisis	Strategi	Taktik
<i>Primary crisis response strategies</i>	<i>Denial</i> /menyangkal	- <i>Attack the accuser</i> /menyerang penuduh - <i>Denial</i> /menyangkal - <i>Scapegoat</i> /mencari kambing hitam
	<i>Diminish</i> /mengurangi	- <i>Excuse</i> /alasan - <i>Justification</i> /pembenaran
	<i>Deal</i> /menyepakati	- <i>Ingratiation</i> /memuji - <i>Concern</i> /perhatian - <i>Compassion</i> /belas kasih - <i>Regret</i> /penyesalan - <i>Apology</i> /permintaan maaf
<i>Secondary crisis response strategies</i>	<i>Bolstering</i> /menguatkan	- <i>Reminder</i> /mengingatn kebaikan di masa lampau - <i>Ingratiation</i> /mengambil hati - <i>Victimage</i> /menempatkan diri sebagai korban

Sumber: Coombs, 2007; Coombs & Holladay, 2008, 2010

masa lampau) adalah taktik yang dilakukan dengan cara mengingatkan kembali tentang pekerjaan yang dilakukan organisasi di masa lalu yang baik. Taktik *ingratiation* (taktik mengambil hati) adalah taktik yang dilakukan dengan cara memuji *stakeholders* atas sumbangsih mereka yang memberikan kontribusi positif kepada organisasi di masa lalu. Taktik *victimage* (taktik menempatkan diri sebagai korban) dilakukan dengan cara pimpinan organisasi mengingatkan *stakeholders* bahwa organisasi juga merupakan korban dari kondisi krisis yang terjadi (Coombs, 2007).

Media Sosial dan Komunikasi Krisis

Bentuk-bentuk media sosial baru seperti Facebook, Twitter, dan sebagainya diakui sebagai peluang organisasi untuk mengurangi dampak pada saat krisis (Wendling, Radisch, & Jacobzone, 2013). Studi Wendling *et al.* (2013) mencatat bahwa sebelumnya, radio, televisi, surat kabar, dan sumber media tradisional lainnya, digunakan untuk mengirimkan informasi berharga. Tetapi saat ini media sosial, seperti Facebook dan Twitter adalah alat yang dapat membantu organisasi untuk menyebarkan dan berbagi informasi dengan sebanyak mungkin orang sambil menerima tanggapan dari masyarakat. Ini berarti bahwa suatu organisasi menggunakan teknologi media sosial sebagai bagian dari proses komunikasi dengan dunia (Anderson & Rainie, 2010).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Mia Moody, media sosial memungkinkan selebriti untuk memublikasikan informasi dengan cepat dan efisien tanpa harus melewati *gate keepers* atau penjaga gerbang, seperti pada media *mainstream* atau tradisional. Namun, agar strategi menggunakan media sosial berhasil tetap harus mengikuti strategi perbaikan citra tradisional (Moody, 2011).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan SCCT maka krisis #Tolak-OmnibusLaw yang dihadapi DPR RI adalah krisis yang dapat dicegah. Potensi akan terjadi krisis terhadap DPR RI terkait pembahasan dan pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi UU telah tampak sejak RUU ini dibahas DPR RI pada Rapat Paripurna ke-13 tanggal 2 April 2020.

Hasil penelitian menunjukkan upaya pencegahan agar pembahasan dan pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi UU tidak menjadi krisis bagi DPR RI telah dilakukan oleh Bagian Media Cetak dan Media Sosial Sekretariat Jenderal DPR RI (Metaksos Setjen DPR RI). Caranya dengan menayangkan secara *live* atau langsung proses pembahasan RUU Cipta Kerja melalui salah satu platform media sosial resmi DPR RI, yaitu akun resmi Badan Legislatif DPR RI (Baleg DPR RI) yang sudah terverifikasi di <https://www.facebook.com/BalegDPRRI>.

Tercatat mulai 28 April 2020 DPR RI telah menayangkan secara langsung setiap pembahasan RUU Cipta Kerja. Pada tayangan langsung di akun Baleg DPR RI tersebut tertulis "Badan Legislasi DPR RI RDPU dengan Bambang Kesowo, S.H., L.L.M. dan Prof. Dr. Satya Arinanto, S.H., M.H. terkait masukan pembahasan RUU tentang Cipta Kerja, Rabu, 29 April 2020." Disertakan juga tagar #BalegDPR #RUU-CiptaKerja #RUUCiptaker. Dari tayangan langsung perdana pembahasan diketahui pada RDPU (Rapat Dengar Pendapat Umum) tersebut sejumlah pakar hukum memberikan penjelasan secara komprehensif bahwa *omnibus law* merupakan sebuah metode pembahasan RUU. *Omnibus law* dijelaskan secara detail oleh para pakar hukum seperti bus yang muat banyak orang. Jadi, *omnibus law* mengaturl hal yang terdapat pertentangan tanpa mengubah UU terkait. RUU Cipta Kerja sebagai *omnibus law* mencakup 79 UU. Metode *omnibus law* bukan menyatukan ke-79 UU, melainkan menyatukan pasal-

pasal yang bertentangan di dalam 79 UU tersebut. Berdasarkan telusur jejak digital, diketahui ada 89 tayangan siaran langsung yang membahas RUU Cipta Kerja di laman Facebook Baleg DPR RI yang masih dapat dilacak jejak digitalnya hingga penelitian ini dilakukan.

Elemen inti kedua dari SCCT adalah meninjau strategi respons krisis. Strategi respons krisis ini digunakan untuk memperbaiki reputasi, mengurangi pengaruh negatif, dan mencegah terjadinya citra negatif terhadap organisasi. Untuk mengetahui strategi respons yang dilakukan maka analisis isi terhadap unggahan akun resmi Instagram @dpr_ri digunakan untuk mengetahui strategi respons menghadapi #TolakOmnibusLaw. Unggahan terkait #TolakOmnibusLaw pada periode waktu 14 April 2020 s.d. 2 November 2020 dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan kerangka strategi respons dan taktik sebagaimana SCCT Coombs.

Dari data unggahan akun resmi Instagram @dpr_ri pada periode tersebut diperoleh 17 unggahan yang terkait dengan RUU Cipta Kerja dengan rincian 5 unggahan disertai dengan video dan 12 unggahan disertai foto. Ke-17 unggahan tersebut disertai dengan narasi. Hasil analisis isi terhadap unggahan akun resmi Instagram @dpr_ri apabila dikaitkan dengan #TolakOmnibusLaw yang dilakukan oleh pengode pertama (N1) dan pengode kedua (N2) dapat dilihat di Tabel 3.

Dari Tabel 3 dapat diketahui strategi *denial* merupakan strategi yang paling se-

ring digunakan DPR RI dalam menghadapi krisis #TolakOmnibusLaw melalui Instagram yaitu sebanyak 52,93%. Jumlah 52,93% tersebut diperoleh dari penggabungan antara persentase strategi *denial* dengan menggunakan taktik *denial* dengan strategi *denial* dengan menggunakan taktik *attack the accuser*. Strategi *denial* dilakukan dengan taktik *attack the accuser* sebanyak 35,29% dan strategi *denial* dengan taktik *denial* sebanyak 17,64%.

Strategi kedua yang paling sering digunakan DPR RI dalam menghadapi situasi krisis #TolakOmnibusLaw adalah *bolstering* yaitu sebanyak 41,17%. Jumlah tersebut diperoleh dari penggabungan antara persentase strategi *bolstering* menggunakan taktik *ingratiation* dengan strategi *bolstering* menggunakan taktik *victimage*. Strategi *bolstering* adalah mengutip dan menyajikan data mengenai tindakan-tindakan positif yang sudah dilakukan DPR RI di masa lalu dalam pembahasan RUU Cipta Kerja. Pada kasus krisis menghadapi #TolakOmnibuslaw, DPR RI menggunakan strategi *bolstering* dengan taktik *ingratiation* sebanyak 35,29% dan menggunakan strategi *bolstering* dengan taktik *victimage* sebanyak 5,88%. Sementara strategi *diminish* dengan menggunakan taktik *justification* sebanyak 5,88%.

Untuk mengetahui keobjektifan dari hasil analisis isi dalam penelitian ini telah dilakukan uji reliabilitas dengan melakukan uji antarkode dengan menggunakan rumus Holsti. Diketahui populasi unit (sampel unit keseluruhan) dalam penelitian ini adalah

Tabel 3.
Strategi Instagram @dpr_ri Menghadapi #TolakOmnibusLaw Cipta Kerja

No	Strategi/Taktik	N1		N2	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1.	<i>Denial/attack the accuser</i>	2	35,29	5	29,41
2.	<i>Bolstering/ingratiation</i>	6	35,29	6	35,29
3.	<i>Denial/denial</i>	6	17,64	4	23,53
4.	<i>Diminish/justification</i>	1	5,88	-	-
5.	<i>Bolstering/victimage</i>	1	5,88	1	5,88
6.	<i>Bolstering/reminder</i>	1	5,88	1	5,88

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

17 unggahan. Maka jumlah sampel unit yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah sebanyak 17 unggahan. Berdasarkan jum-

lah unit sampel tersebut, peneliti mulai melakukan pengukuran reliabilitas dengan temuan yang dapat dilihat di Tabel 4.

Tabel 4.
Uji Reabilitas

No. Coding	Tanggal	Narasi Unggahan	Coder 1	Coder 2	S/TS
Unggahan disertai foto/gambar					
1.	26 September 2020	Badan Legislati DPR RI Rapat Panja RUU Cipta Kerja Melanjutkan Pembahasan DIM RUU tentang Cipta Kerja, Sabtu, 26 September 2020. #BalegDPR #RUUCiptaKerja #RUUCiptaker Ada 9 foto yang diunggah di antaranya Pimpinan Baleg dan Anggota Baleg dari Fraksi-Fraksi yang berbeda.	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	S
					
2.	6 Oktober 2020	“Kami menghormati, sikap politik itu kan bisa berbeda satu sama lain. Tentu, sikap politik itu kami hormati sesuai mekanisme dan menjadi catatan di dalam Rapat Paripurna,” Wakil Ketua DPR RI Azis Syamsuddin.	<i>Denial/ attack the accuser</i>	<i>Denial/ attack the accuser</i>	S
					
3.	6 Oktober 2020	Sekretaris Jenderal DPR RI Indra Iskandar menjelaskan insiden mikrofon mati saat anggota Fraksi Demokrat menyampaikan interupsi ... Indra menegaskan, pimpinan sidang hanya menjalankan tugas untuk menjaga ketertiban peserta rapat saat menyampaikan pendapat. Dia melanjutkan, mikrofon di ruang rapat paripurna DPR RI sudah diatur otomatis mati setelah lima menit digunakan...	<i>Denial/ attack the accuser</i>	<i>Denial/ attack the accuser</i>	S
					
4.	6 Oktober 2020	Pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi Undang-Undang pada Senin, (05/10) adalah keputusan yang sah secara hukum konstitusi dan sesuai dengan tata tertib yang berlaku di DPR RI..... Sekretaris Jenderal DPR RI Indra Iskandar pun memastikan bahwa pengesahan RUU Cipta Kerja dalam Rapat Paripurna telah menjalani proses dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam tatib DPR sehingga pengesahan RUU Ciptaker yang dianggap terburu-buru adalah tidak tepat....	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	S
					
5.	6 Oktober 2020	Penjelasan Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja terkait Butir-Butir Keberatan Pekerja/Buruh. Ada 9 gambar yang menjelaskan tentang butir-butir keberatan Pekerja/Buruh yang di bawahnya ditambahkan penjelasan berdasarkan RUU Cipta Kerja.	<i>Denial/ denial</i>	<i>Denial/ denial</i>	S
					

No. Coding	Tanggal	Narasi Unggahan	Coder 1	Coder 2	S/TS
6.	7 Oktober 2020	Meluruskan 12 Hoax Omnibus Law RUU Cipta Kerja. Ada 8 gambar yang meluruskan 12 hoax Omnibuslaw.	<i>Denial/ denial</i>	<i>Denial/ denial</i>	S
					
7.	12 Oktober 2020	Ketua Komisi VII DPR RI Sugeng Suparwoto menilai riset dan inovasi yang merupakan salah satu dari 11 kluster yang ada dalam Omnibus Law (UU Cipta Kerja) memperpendek birokrasi sehingga patut didukung.....	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	S
					
8.	12 Oktober 2020	UU Ciptaker dalam konsep omnibus law sangat memperhatikan masyarakat kecil seperti memprioritaskan para pelaku UMKM.....	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	S
					
9.	13 Oktober 2020	Konferensi Pers Pimpinan DPR RI yang disampaikan Wakil Ketua DPR RI M. Azis Syamsuddin dan didampingi Ketua Baleg DPR RI Supratman Andi Agtas terkait UU Cipta Kerja, Selasa, 13 Oktober 2020. #PimpinanDPR #UUCiptaKerja	<i>Diminish/ justification</i>	<i>Denial/ attack the accuser</i>	TS
					
10.	13 Oktober 2020	“Undang-Undang (UU) Omnibus Law Cipta Kerja (Ciptaker) yang telah disahkan DPR akan memberi banyak kemudahan serta manfaat bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga koperasi. UU Ciptaker ini memperkuat aspek legal dari UMKM yang selama ini tidak memiliki legal standing atau dasar hukum usaha bagi UMKM.....	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	S
					
11.	13 Oktober 2020	“Naskah final Undang-Undang Cipta Kerja tidak akan berbeda dari keputusan Panitia Kerja RUU Cipta Kerja. Subtansi UU Cipta Kerja tidak ada yang berubah setelah dilakukan finalisasi. Finalisasi tersebut hanya berupa hal teknis seperti memperbaiki salah ketik, tetapi tidak akan ada substansi yang berubah. Keputusan yang sudah disahkan dalam rapat paripurna tidak akan diubah,” Wakil Ketua Badan Legislasi DPR RI Willy Aditya. #UUCiptaKerja	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	<i>Bolstering/ ingratiation</i>	S
					

No. Coding	Tanggal	Narasi Unggahan	Coder 1	Coder 2	S/TS
12.	13 Oktober 2020	 <p>“Terkait finalisasi UU Cipta kerja sama sekali tidak ada perubahan substansi terhadap apa yang telah kita putuskan di Paripurna. Perubahan-perubahan yang kita lakukan merupakan sebuah kelaziman terkait memeriksa kemungkinan ada typo, sisi struktur bahasa, sisi struktur penempatan pasal sesuai dengan mekanisme yang diatur dalam UU 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan,” Ketua Baleg DPR RI Supratman Andi Agtas. #UUCiptaKerja</p>	<i>Bolstering/ingratiation</i>	<i>Bolstering/ingratiation</i>	S
Unggahan disertai video					
13.	6 Oktober 2020	<p>Ketua Badan Legislasi (Baleg) DPR RI Supratman Andi Agtas memastikan dalam Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja tidak akan menghapus sejumlah hak cuti para pekerja.....</p> <p>“Persyaratan PHK tetap mengikuti UU Ketenagakerjaan dan RUU Cipta Kerja tidak menghilangkan hak cuti, hak haid, dan cuti hamil yang diatur dalam UU Ketenagakerjaan,” ujarnya dalam Rapat Paripurna DPR pengambilan keputusan tingkat II terhadap RUU Omnibus Law Cipta kerja di Gedung DPR RI, Senayan, Jakarta, Senin (5/10/2020).</p>	<i>Bolstering/ingratiation</i>	<i>Bolstering/ingratiation</i>	S
14.	13 Oktober 2020	<p>Wakil Ketua DPR RI M. Azis Syamsuddin tegaskan tidak ada selundupan pasal di Undang-Undang Cipta Kerja. #UUCiptaKerja</p>	<i>Denial/denial</i>	<i>Denial/attack the accuser</i>	TS
15.	13 Oktober 2020	<p>UU Cipta Kerja</p> <p>Konferensi Pers Pimpinan DPR RI yang disampaikan Wakil Ketua DPR RI M. Azis Syamsuddin dan didampingi Ketua Baleg DPR RI Supratman Andi Agtas terkait Undang-Undang Cipta Kerja, Selasa, 13 Oktober 2020. #PimpinanDPR #UUCiptaKerja</p> <p>Kutipan dalam video: “meluruskan hal-hal yang berkembang di media massa beberapa hari yang lalu. ... diadakan Rapat Dengar Pendapat baik dengan Buruh dan lainnya sebanyak 89 kali secara fisik maupun virtual. Mengapa belum langsung diserahkan? karena perlu proses editing. Jumlah halaman berbeda terkait proses pengetikan menggunakan kertas biasa (A4) setelah dilakukan final menggunakan ukuran legal</p>	<i>Denial/denial</i>	<i>Denial/denial</i>	TS

No. Coding	Tanggal	Narasi Unggahan	Coder 1	Coder 2	S/TS
16.	14 Oktober 2020	Sekretaris Jenderal DPR RI Indra Iskandar menyerahkan Naskah Undang-Undang Cipta Kerja kepada Sekretariat Negara, Rabu, 14 Oktober 2020. #SetjenDPR #UUCiptaKerja #OmnibusLawTransparan	<i>Denial/ denial</i>	<i>Denial/ attack the accuser</i>	TS
17.	14 Oktober 2020	Penjelasan Ketua Badan Legislasi DPR RI Supratman Andi Atas terkait Klaster Ketenagakerjaan di Undang-Undang Cipta Kerja. #BalegDPR #UUCiptaKerja #OmnibusLawTransparan	<i>Denial/ denial</i>	<i>Denial/ denial</i>	S

Total:

Sumber: Data Penelitian

S = 14

TS = 3

$$\text{Reliabilitas} = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{2 \times 14}{17 + 17} = 0,82 \text{ (82\%)}$$

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan formula Holsti yang dapat dilihat di Tabel 4 didapatkan hasil 0,82 atau 82%. Diketahui bahwa, formula Holsti menyebutkan batas angka minimum yang dapat dikatakan reliabel yaitu 0,7 atau 70%. Dengan demikian, alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sudah bisa dikatakan reliabel karena memenuhi syarat melewati batas minimum dari ketentuan formula Holsti yaitu sebesar 0,82 atau 82%.

SCCT menekankan bahwa strategi respons krisis yang dilakukan akan memengaruhi hal apa yang menjadi fokus perhatian. Berdasarkan analisis isi yang dilakukan diketahui bahwa strategi DPR RI menghadapi #TolakOmnibusLaw adalah strategi *denial* dengan taktik *denial* dalam menyikapi banyaknya tuduhan yang tidak benar. Salah satunya adalah informasi yang beredar di masyarakat terkait 12 poin isi dalam RUU Cipta Kerja yang tidak benar atau bersifat hoaks.

Ke-12 poin informasi yang beredar dan menjadi perhatian publik merupakan poin-poin yang menjadi dasar penolakan terhadap RUU Cipta Kerja. Upaya DPR RI menghadapi #TolakOmnibusLaw dengan memilih 12 poin melalui akun resmi Instagram @dpr_ri mendapat respons positif dari media. Sejumlah media mengutip ung-

gahan akun resmi Instagram @dpr_ri tersebut sebagai berita. Bahkan okezone.com mengutip lengkap penjelasan DPR RI terkait 12 poin.

Sejumlah berita di internet yang menjadikan unggahan akun resmi Instagram @dpr_ri terkait dengan 12 poin UU Cipta Kerja, di antaranya dapat dilihat di Tabel 5.

Dapat disimpulkan bahwa strategi respons *denial* dengan menggunakan taktik *denial* dalam menghadapi 12 poin isu RUU Cipta Kerja melalui akun resmi Instagram @dpr_ri memiliki *affect* atau memengaruhi pemberitaan tentang RUU Cipta Kerja yang disahkan menjadi UU. Meskipun judul berita dan substansi isi berbeda-beda dalam pemberitaan yang ditulis, namun dimasukkannya substansi 12 hoaks sebagaimana penjelasan yang dilakukan DPR RI melalui akun resmi Instagram @dpr_ri merupakan strategi yang tepat dalam pandangan SCCT Coombs. Strategi tersebut dapat memberikan penjelasan yang komprehensif bagi khalayak yang memiliki pandangan berbeda akibat beredarnya 12 hoaks tersebut.

Strategi *denial* menggunakan taktik *attack the accuser* dilakukan DPR RI melalui penyajian sejumlah fakta yang memuat berbagai tuduhan yang diarahkan kepada DPR RI terkait pembahasan RUU Cipta

Tabel 5.
Berita Berisi Konten @dpr_ri Terkait 12 Poin Isi RUU Cipta Kerja

No.	Judul Berita	Tanggal	Tautan Berita
1.	12 Poin UU Cipta Kerja Jadi Polemik, Begini Penjelasan DPR	8 Oktober 2020	Okezone.com https://economy.okezone.com/read/2020/10/08/320/2290625/12-poin-uu-cipta-kerja-jadi-polemik-begini-penjelasan-dpr?page=3
2.	Jawab Hoaks, DPR Jelaskan 12 Fakta Dalam UU Cipta Kerja	12 Oktober 2020	Rakyatmerdeka.com https://rm.id/baca-berita/parlemen/50794/jawab-hoaks-dpr-jelaskan-12-fakta-dalam-uu-cipta-kerja
3.	STOP HOAX! DPR Akhirnya Klarifikasi 12 Poin Fakta Omnibus Law UU Cipta Kerja	8 Oktober 2020	Kabar Lumajang.com https://kabarlumajang.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-42809426/stop-hoax-dpr-akhirnya-klarifikasi-12-poin-fakta-omnibus-law-uu-cipta-kerja
4.	Ini 12 Poin Hoaks Soal UU Cipta Kerja yang Beredar di Medsos, Lengkap dengan Klarifikasi Resmi DPR	8 Oktober 2020	Pangandaran.PikiranRakyat.com https://pangandaran.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-10812399/ini-12-poin-hoaks-soal-uu-cipta-kerja-yang-beredar-di-medsos-lengkap-dengan-klarifikasi-resmi-dpr
5.	Beredar 12 Hoax dan Fakta UU Cipta Kerja dari DPR, KPBI: Itu untuk Redam Perlawanan	9 Oktober 2020	HaiBunda.com https://www.haibunda.com/trending/20201009113558-93-166207/beredar-12-hoax-dan-fakta-uu-cipta-kerja-dari-dpr-kpbi-itu-untuk-redam-perlawanan
6.	12 Poin Hoax Terkait UU Cipta Kerja yang Tersebar di Medsos	9 Oktober 2020	Correcto https://correcto.id/beranda/read/36362/12-poin-hoax-terkait-uu-cipta-kerja-yang-tersebar-di-medsos

Sumber: Data Penelitian

Kerja. Tudingan tersebut di antaranya berkaitan dengan insiden mikrofon mati pada saat pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi UU pada Rapat Paripurna DPR RI tanggal 5 Oktober 2020. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui strategi *denial* menggunakan taktik *attack the accuser* dilakukan dengan mengunggah pernyataan Wakil Ketua DPR RI Azis Syamsuddin dan Sekretaris Jenderal DPR RI pada 6 Oktober 2020.

Kedua unggahan tersebut secara tidak langsung menyerang pihak yang menuding bahwa Pimpinan Rapat Paripurna telah mematikan mikrofon Anggota DPR RI. Strategi mengemukakan sejumlah fakta, di antaranya bahwa mikrofon di ruang rapat paripurna DPR RI sudah diatur otomatis mati setelah lima menit, digunakan untuk mengalahkan argumentasi pihak lainnya. Strategi respons krisis tersebut menurut

SCCT dapat memperbaiki reputasi bahwa insiden matinya mikrofon di Rapat Paripurna merupakan ancaman bagi demokrasi (CNN Indonesia.com, 2020).

Berdasarkan studi ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun resmi Instagram @dpr_ri dengan segera dan *agile* atau lincah dapat cepat mengatasi krisis #TolakOmnibusLaw yang terjadi. Penggunaan media grafis, seperti gambar, foto, grafik, bagan atau diagram, poster, serta media tiga dimensi seperti video membuat penjelasan tentang berbagai isu yang menjadi sumber perdebatan krisis #TolakOmnibusLaw dapat lebih cepat diterima oleh khalayak. Oleh sebab itu, ke depan, sebagaimana teori SCCT tentang *behavioral intention* atau perilaku yang berhubungan dengan penggunaan teknologi informasi, ketika terjadi krisis maka akun resmi Instagram @dpr_ri dapat dengan segera

memberikan penjelasan secara komprehensif dalam bentuk grafis yang mudah dipahami. Hal itu dengan sendirinya akan meningkatkan kepuasan khalayak yang mengikuti dan mengakses akun resmi Instagram @dpr_ri.

Seiring dengan kepuasan yang diperoleh khalayak dengan unggahan informasi terkini terkait isu dan permasalahan politik yang berkembang, akun resmi Instagram @dpr_ri dengan sendirinya dapat dijadikan media bagi khalayak untuk mencari informasi ketika ada kondisi krisis serupa. Misalnya, ketika ada pembahasan RUU lain yang memiliki pro dan kontra kuat di masyarakat. Keberadaan akun resmi Instagram @dpr_ri yang mudah diakses dan tidak menutup peluang bagi khalayak untuk mengomentari unggahannya mendorong khalayak untuk menggunakan akun tersebut sebagai rujukan, atau bahkan wadah untuk menyalurkan aspirasi mereka tentang berbagai persoalan. Penggunaan akun resmi Instagram @dpr_ri juga secara otomatis memutus rentang kendali akses informasi. Jika sebelumnya tidak ada akun resmi Instagram @dpr_ri, maka segala penjelasan resmi dari DPR RI baru dapat diterima khalayak melalui media arus utama, seperti media televisi atau media cetak. Namun, dengan adanya akun resmi Instagram @dpr_ri, maka khalayak dapat membaca, mendengarkan, bahkan menyimak *live* penjelasan terkait dengan permasalahan yang baru saja terjadi. Keberadaan akun resmi Instagram @dpr_ri dengan sendirinya juga dapat menekan biaya yang diperlukan DPR RI untuk memperluas distribusi informasi dalam waktu yang relatif singkat dengan jangkauan yang luas.

Berdasarkan SCCT Coombs, berbagai hal yang telah dicontohkan dalam kajian ini diharapkan mampu menjadi dorongan bagi DPR RI secara kelembagaan untuk mengelola akun resmi Instagram @dpr_ri dengan lebih baik lagi. Studi kasus terhadap kondisi krisis #TolakOmnibusLaw Cipta Kerja dengan menggunakan SCCT Coombs membawa pada kesimpulan bahwa strate-

gi *denial* diterapkan pada kasus munculnya hoaks dan tuduhan yang tidak mendasar. Akun resmi Instagram @dpr_ri berperan penting dengan pilihan pesan yang tepat dan penyajian fakta dengan narasumber yang efektif. Contoh kasus mikrofon mati yang menjadikan Sekretaris Jenderal DPR RI sebagai narasumber pesan merupakan pilihan tepat karena narasumber memang bertugas mengatur jalannya rapat. Pilihan tersebut merupakan satu bentuk komunikasi krisis media sosial yang efektif. Di samping itu, pilihan waktu juga sudah tepat dan cepat, seperti dicontohkan dengan 12 hoaks yang segera memberikan bantahan melalui sajian fakta atas hoaks yang beredar. Hal tersebut menjadi kunci agar kondisi krisis yang terjadi tidak berlangsung lama.

Penutup

Strategi komunikasi krisis menggunakan Instagram dengan fitur yang memudahkan khalayak untuk memahami pesan yang disampaikan merupakan strategi yang efektif bagi DPR RI dalam menghadapi kondisi krisis yang ditimbulkan akibat adanya penolakan terhadap pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi UU. Sifat *agile* atau kelincahan Instagram yang dapat dengan segera mengunggah konten tanpa harus melalui proses *gate keepers* sebagaimana halnya dalam media arus utama menjadikan keberadaan akun resmi Instagram @dpr_ri sebagai media yang dapat melakukan komunikasi secara cepat dan efisien dengan khalayak pada saat krisis.

Untuk itu, sebagaimana teori SCCT Coombs, pihak internal yang menangani komunikasi antara DPR RI dengan khalayak perlu melakukan analisis terhadap komunikasi krisis yang telah dilakukan untuk mengetahui strategi dan taktik apa yang mereka gunakan sebagai media pembelajaran ketika terjadi krisis di kemudian hari. Pada kondisi krisis yang timbul akibat adanya hoaks dan tuduhan yang dapat berimbas pada citra negatif pada organisasi sebagaimana krisis akibat #TolakOm-

nibus Law Cipta Kerja, maka strategi dan taktik *denial* dengan mengungkapkan fakta adalah strategi yang efektif untuk mencegah terjadinya kondisi krisis yang berlarut-larut.

Daftar Pustaka

- Ahmed, M. (2006). *The principles and practice of crisis management*. New York: Palgrave MacMillan.
- Anderson, J., & Rainie, L. (2010). The future of social relations. Overview of responses. [Blog post]. Diakses dari <https://www.pewresearch.org/internet/2010/07/02/the-future-of-social-relations/>
- Anggono, B. D., & Firdaus, F. R. (2020). Omnibus law in Indonesia: A comparison to the United States and Ireland. *Lentera Hukum*, 7(3), 319–336. doi:10.19184/ejhl.v7i3.19895.
- Cakra, I. P., & Sulistyawan, A. Y. (2020, November). Kompatibilitas penerapan konsep omnibus law dalam sistem hukum Indonesia. *Jurnal Crepido*, 02(02), 59–69. doi:10.14710/crepido.2.2.59-69
- CNN Indonesia.com. (2020). Politikus Demokrat: soal drama mik ini ancaman bagi demokrasi. [Media Televisi Online] Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201006130147-32-554916/politikus-demokrat-soal-drama-mik-ini-ancaman-bagi-demokrasi>
- Coombs, W. T. (2006). The protective powers of crisis response strategies: managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3-4), 241–260. doi: 10.1300/J057v12n03_13
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176.
- Coombs, W. T. (2015). *On going crisis communication: planning, managing, and responding* (4th ed.) California: Sage Publications.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2008). Comparing apology to equivalent crisis response strategies: Clarifying apology's role and value in crisis communication. *Public Relations Review*, 34, 252–257. doi: 10.1016/j.pubrev.2008.04.001
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2009). Further Explorations of Post-Crisis Communication: Effect of Media and Response Strategies on Perceptions and Intentions. *Public Relations Review*, 35, 1–6. doi: 10.1016/j.pubrev.2008.09.011
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2010). *The handbook of crisis communication*. West Sussex, UK: Blackwell Publishing Ltd.
- Krippendorff, K. (1991). *Content analysis: an introduction of its methodology*. London: Sage Publication.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Moody, M. (2011). Jon and Kate Plus 8: a case study of social media and image repair tactics. *Public Relations Review*, 37(4), 405–414. doi:10.1016/j.pubrev.2011.06.004
- Nathan, A., & Sunardi. (2020). *Gonjang-ganjing omnibus law cipta kerja sebuah kritik*. Yogyakarta: Institute of Governance and Public Affair (IGPA) dan Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik (JKAP).
- Tia, R. (2020). Gelombang penolakan omnibus law di Instagram. Pemerintah, law, terkini. [Blog post]. Diakses dari <https://blog.netray.id/gelombang-penolakan-omnibus-law-di-instagram/>
- Wendingi, C., Radischi, J., & Jacobzoneii, S. (2013). The Use of Social Media in Risk and Crisis Communication. *OECD Working Papers On Public No. 24*. OECD. doi: 10.1787/19934351