

Strategi Pemerintah Karesidenan Surakarta dalam Penanganan Vaksinasi Covid dengan SCCT pada Media Online Solopos.com dan Tribunsolo.com

Azizah Nurhakim¹, Rona Rizkhy Bunga Chasana²

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

*Correspondence Author: 1100190053@student.ums.ac.id

ABSTRACT

More than 210 countries have been affected by the Covid-19 outbreak including Indonesia. One of the steps to be free from the Covid-19 pandemic is to make vaccination efforts. In Indonesia, the implementation of vaccination is still experiencing pros and cons, in addition, the public also questions the effectiveness of the vaccine on the grounds that the vaccine causes side effects and its legality is still in doubt. The purpose of this study is to find out how the Surakarta residency government responds to handling covid-19 vaccination in its area. SCCT theory is used in this study. SCCT theory is used to see the public reaction to a crisis and explain the crisis strategy (crisis response) of the government. The method used is quantitative method by using the method of content analysis (content analysis). The data collection technique using non-probability samples is purposive sampling, namely news that contains responses from the government of the former Surakarta residency in responding to vaccine rejection by the community from May 2021 - November 2022. Frequency descriptive data analysis technique was used in this study. The result of this research is that the strategy used by the Government of Surakarta residency is justification, excuse, victimage, compensation, reminder, scapegoat, apology. The dominant strategy used is justification.

Keywords: *vaccination, response strategy, SCCT*

ABSTRAK

Lebih dari 210 negara terkena wabah Covid-19 termasuk Indonesia. Salah satu langkah agar terbebas dari pandemi Covid-19 yaitu dengan melakukan upaya vaksinasi. Di Indonesia pelaksanaan vaksinasi masih mengalami pro dan kontra, selain itu masyarakat juga mempertanyakan efektivitas dari vaksin dengan alasan bahwa vaksin menimbulkan efek samping dan kehalalannya masih diragukan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana respon Pemerintah Karesidenan Surakarta dalam menangani vaksinasi covid-19 di daerahnya. Teori SCCT digunakan dalam penelitian ini. Teori SCCT digunakan untuk melihat reaksi publik terhadap sebuah krisis dan menjelaskan strategi krisis (crisis response) dari pemerintahan. Metode yang digunakan yaitu Metode kuantitatif dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis). Teknik pengumpulan data menggunakan sampel non-probability yaitu purposive sampling yakni pemberitaan yang memuat respon dari pemerintah eks Karesidenan Surakarta dalam merespon penolakan vaksin oleh masyarakat sejak bulan Mei 2021 - November 2022. Teknik analisis data deskriptif frekuensi digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi yang digunakan Pemerintah Karesidenan Surakarta adalah justification, excuse, victimage, compensation, reminder, scapegoat, apology. Strategi yang dominan digunakan yaitu justification (pembenaran/bertanggung jawab).

Kata kunci: *vaksinasi, strategi respon, SCCT*

Pendahuluan

Bulan Desember 2019 Covid-19 muncul di kota Wuhan, negara China. Ini

adalah masalah besar bagi dunia. Secara cepat, virus ini mampu menyebar ke seluruh dunia hingga menyebabkan

pandemi. Lebih dari 210 negara terkena wabah Covid-19 termasuk Indonesia. Presiden Joko Widodo menetapkan darurat kesehatan masyarakat melalui keputusannya yang menetapkan darurat kesehatan masyarakat untuk penyakit coronavirus 2019 (Covid-19) (Gandryani & Hadi, 2021). WHO telah menyatakan tahun 2020 sebagai pandemi Covid-19 (*Coronavirus disease 2019*) (WHO, 2020).

Jumlah kasus dan kematian yang terdeteksi akibat Covid-19 sangat tinggi sehingga diperlukan kebijakan yang cepat dan tepat dari pemerintah Indonesia untuk mencegah penyebaran Covid-19 (Malbella & Purworini, 2022). Salah satu langkah agar terbebas dari pandemi Covid-19 yaitu dengan melakukan upaya vaksinasi. Terdapat beberapa peneliti telah membuat vaksin atau obat yang dapat menangani Covid-19. Pemerintah Indonesia mengumumkan melalui Kementerian Kesehatan bahwa pada tanggal 7 Januari 2022 telah didistribusikan 1,2 juta dosis vaksin covid ke 34 (tiga puluh empat) provinsi di Indonesia. (Gandryani & Hadi, 2021).

Indonesia melakukan vaksinasi selama dua masa. Periode pertama dimulai pada bulan Januari sampai dengan April 2021. Periode dua pada bulan April 2021 – Maret 2021. Yang mendapat vaksinasi

Covid-19 pada periode pertama adalah tenaga kesehatan sebanyak 1,3 juta orang, PNS sebanyak 17,4 juta orang dan pensiunan di atas 60 tahun sebanyak 21,5 juta orang. Sasaran dari periode dua penerima vaksin Covid-19 ini adalah masyarakat dengan total populasi 63,90 juta jiwa (Rahayu & Sensusiyati, 2021).

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor H.K.01.07 / Menkes / 9860 / 2020 mengenai macam-macam vaksin, disebutkan total ada enam vaksin untuk pelaksanaan vaksin Covid-19. Beberapa vaksin tersebut merupakan produk dari P.T. Bio Farma (persero) yaitu Astra Zeneca, Sinopharm, Moderna, Johnson, Genexine, Novavax Inc, Pfizer-BioNTech, dan Sinovac Biotech Ltd (Kementerian Kesehatan RI, 2020). Kementerian Kesehatan Indonesia melaksanakan pemberian dosis lanjutan untuk masyarakat.

Berdasarkan surat nomor ITAGI/SR/2/2022 mengenai vaksin Covid-*booster*, pemberian dosis lanjutan (*booster*) untuk memperbaiki efisiensi vaksin yang sudah menurun. Covid-19, vaksin *booster* adalah vaksin yang diberikan setelah orang tersebut menerima dosis penuh vaksinasi primer. Hal ini dilakukan untuk menjaga tingkat sistem kekebalan tubuh dan

menjaga perlindungan terhadap virus (Kementerian Kesehatan, 2022).

Isu konspirasi terkait vaksin masih banyak dibicarakan oleh masyarakat. Banyak yang tidak percaya dengan sisi positif dari vaksin namun justru masyarakat percaya adanya ancaman bagi tubuh dan efek samping berbahaya dari vaksin (Nafisah, 2021). Dalam meyakinkan masyarakat mengenai program vaksin tentu menjadi urusan yang serius bagi pemerintah.

Media *online* memiliki kekuatan untuk memilih isu apa saja yang bisa dibicarakan oleh masyarakat, karena media online masih tergolong bagian dari media massa. Media massa lebih dari sumber hiburan dan informasi (Paxson, 2010). Media *online* memiliki informasi yang stabil sehingga memiliki peran penting dalam menyampaikan berita (Selviani et al., 2022). Namun berbagai Hoax kesehatan juga muncul dalam media online. Hoax berarti informasi yang bertentangan atau berkebalikan dengan fakta dan informasinya salah dan sering digunakan secara luas (Nadzir et al., 2019).

Konten paling banyak unsur hoaknya adalah konten tentang kesehatan. Banyak sekali hoax kesehatan yang di sebarkan diantaranya yaitu hoax tentang obat luka dijadikan bahan penguji beras

yang mengandung pemutih, vaksin HPV dapat menyebabkan menopause dini, vaksin MMR dapat menyebabkan Autisme pada anak, virus HIV yang dimasukkan ke pembalut dan dapat menular dan lain sebagainya (Dinas kesehatan Provinsi Banten, 2020).

Covid-19 masuk sebagai kategori krisis. Terdapat tiga kategori krisis, pertama krisis kecil, yaitu krisis yang ada di area organisasi, gangguannya minimal dan dapat dikendalikan. Kedua, krisis sedang yaitu peristiwa yang tidak direncanakan dan berpotensi mengancam reputasi perusahaan, yang dapat merusak lingkungan, kesehatan, keselamatan, atau kesejahteraan, karyawan, atau kesejahteraan warga masyarakat. Ketiga, krisis besar yaitu krisis yang berkepanjangan dapat merusak lingkungan, kehilangan nyawa, serta mengganggu jalannya kegiatan masyarakat (Fearn-Banks, 2011). Covid-19 merupakan krisis bagi negara dan termasuk krisis kesehatan yang memiliki dampak sangat besar, tidak hanya berdampak pada kesehatan saja namun juga berdampak pada ekonomi, sosial, keamanan dan politik.

Sebagai pihak yang bertanggung jawab pemerintah harus melakukan komunikasi krisis dengan memberi informasi seputar Covid-19. Komunikasi

krisis merupakan situasi yang terjadi secara tiba-tiba dan tidak terduga yang tidak dapat dihindari oleh organisasi. Menurut Frandsen & Johansen (2019) komunikasi krisis merupakan sebuah petunjuk untuk bergerak kedalam sebuah masyarakat, dimana pemerintah memiliki kesiapsiagaan dan kompeten dalam menangani sebuah krisis. Krisis kesehatan yang diakibatkan oleh Covid-19 akan berkembang menjadi krisis ekonomi, dan akan berlanjut ke krisis sosial dan keamanan. Oleh karena itu pemerintah Indonesia harus menangani dengan serius atas terjadinya krisis kesehatan karena Covid-19.

Ada banyak teori untuk merespon krisis salah satunya yaitu Teori SCCT (*Situational Crisis Communication Theory*). Terdapat empat kategori SCCT dalam merespon krisis, yaitu *deny* (menyangkal), *diminish* (mengurangi), dan *rebuild* (membangun kembali) serta satu strategi tambahan, yaitu *bolstering* (memperkuat) (Coombs & Holladay, 2010). *Deny* yaitu organisasi menolak terjadi krisis, tetapi ada desas-desus bahwa organisasi sedang menghadapi krisis/masalah besar. *Diminish* yaitu organisasi mengakui adanya krisis dan mencoba memperlemah hubungan antara krisis dengan organisasi. *Rebuild* yaitu mencoba mengubah pandangan publik

terhadap organisasi dan mencoba untuk meminta maaf serta menerima krisis. *Bolstering* yaitu berusaha mencari dukungan publik dengan melakukan hal-hal positif dari organisasi.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Andrea Radlovacki (2020) dengan judul *Crisis Communication in the Time of Corona: a comparative analysis of Danish and Swedish publik news narratives* yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana narasi tentang Covid-19 disajikan dalam media online *The Swedish SVT Nyheter* dan *Danish DR*. Penelitian ini menggunakan teori SCCT Narasi. Hasil dari penelitian ini yaitu dua media dari Swedia dan Denmark tersebut melaporkan empat kategori narasi yang sama yaitu narasi *anxiety*, *blame*, *flattery* dan *care*. Narasi "*anxiety*" adalah yang paling banyak terjadi. Media berita Denmark dan Swedia belum berperan sebagai media pelayanan publik dalam membimbing mengenai Covid-19 yang ada melalui strategi naratif.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Malbella & Purworini (2022) yang bertujuan untuk mengetahui strategi respon krisis dari pemerintah di berbagai wilayah eks karesidenan Surakarta dalam menangani krisis Covid-19 juga menggunakan SCCT. Hasilnya yaitu

respon krisis yang dilakukan oleh pemerintah wilayah eks karesidenan Surakarta cenderung melakukan respon meminimalkan citra negatif dengan cara memberikan program dan layanan sebagai upaya menangani krisis yang terjadi. Keduanya sama-sama menggunakan teori SCCT (*Situational Crisis Communication Theory*).

Dari pemaparan sebelumnya penelitian ini ingin melihat bagaimana pemerintah dalam merespon penanganan vaksinasi Covid-19 di Karesidenan Surakarta. Pemerintah eks karesidenan Surakarta sendiri meliputi daerah yaitu Surakarta, Karanganyar, Klaten, Boyolali, Sragen, Sukoharjo dan Wonogiri. Berdasarkan uraian latar belakang penelitian maka pertanyaan dalam penelitian adalah bagaimana strategi respon pemerintah eks Karesidenan Surakarta dalam penanganan vaksinasi Covid-19?

Komunikasi krisis pemerintah merupakan bidang minat yang spesial untuk riset krisis komunikasi, hal tersebut mencakup pengambilan keputusan, meramalkan peristiwa krisis yang terjadi, menciptakan rencana bagaimana cara menjawab sebuah krisis agar meminimalkan kehancuran suatu

pemerintah serta memulihkan pemerintahan.

Frandsen dan Johansen (2019) berpendapat komunikasi dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu (1) manajemen pengetahuan krisis dan (2) pemangku kepentingan manajemen krisis. Manajemen pengetahuan krisis melakukan kegiatan yaitu mengidentifikasi sumber informasi terkait krisis, mengumpulkan informasi, menganalisis, berbagi pengetahuan dan menggunakan pengetahuan untuk mengambil keputusan. Sedangkan pemangku kepentingan atau pemerintah, mempresentasikan upaya komunikatif yang digunakan untuk mempengaruhi bagaimana pemerintah dalam memandang krisis yang sedang terjadi dan respon krisis yang dilakukan oleh pemerintah.

Setiap pemerintahan mempunyai program kebijakan yang berbeda dalam menangani krisis yang terjadi. Dengan adanya masalah kesehatan, pemerintah melakukan komunikasi krisis, strategi yang dilakukan yaitu memperkuat edukasi dan komunikasi kapan saja dan dimana saja seperti edukasi melalui media cetak, elektronik, sosial media, dan iklan layanan masyarakat. Selain itu pemerintah memperkuat jejaring kemitraan sesama profesi kesehatan maupun mitra potensial

untuk penanganan dan pencegahan Penyakit Tidak Menular.

Pemerintah juga memperkuat pemberdayaan masyarakat sesuai karakteristik sosial budaya masyarakat. Program kebijakan dari pemerintah akan berjalan lancar jika masyarakat bisa diajak untuk bekerja sama. Strategi respon pemerintah dan komunikasi krisis harus segera dilakukan agar krisis yang terjadi tidak menyebar luas dan reputasi dari pemerintah daerah tetap baik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori SCCT karena teori tersebut digunakan untuk melihat reaksi publik terhadap sebuah krisis dan menjelaskan strategi krisis (crisis response) dari pemerintahan. Teori SCCT dikembangkan dari teori Item Response Theory (IRT) dan banyak mengadaptasi asumsi teori apologia. The situational crisis communication theory dikemukakan oleh Timothy W. Coombs dan Holladay S.J. SCCT mengidentifikasi bagaimana melindungi reputasi sebuah perusahaan secara maksimal dan dapat diperbaiki dengan komunikasi pascakrisis.

SCCT menyediakan mekanisme komunikasi untuk memprediksi pandangan publik reputasi suatu perusahaan yang sedang terkena krisis. Menurut Coombs

(2007) dalam penelitiannya SCCT, Publik memiliki faktor-faktor tertentu terkait dengan krisis dan faktor-faktor tersebut menentukan citra organisasi. Faktor tersebut adalah persepsi atau pandangan publik terhadap suatu krisis. Poin penting dari SCCT yaitu penekanan pada upaya perlindungan publik dan *stakeholder* dari kerusakan dan kerugian untuk melindungi reputasi organisasi (Kriyantono, 2017).

Secara keseluruhan, SCCT menyarankan bahwa dengan memahami situasi krisis, manajer krisis dapat memilih strategi respons yang tepat pada waktunya untuk melindungi reputasi organisasi. Teori SCCT menunjukkan terjadinya hubungan dari strategi respon dengan situasi krisis. Strategi respon krisis SCCT dapat digunakan sebagai penyelesaian untuk organisasi yang sedang terkena masalah. Coombs (2010) mengemukakan bahwa tiga kelompok utama dalam strategi respon SCCT berdasarkan sudut pandang mengambil tanggung jawab dari krisis dan satu kelompok pendukung.

Tabel 1. Strategi Respon Krisis SCCT

Strategi Respon SCCT
Strategi respon krisis penolakan/menyangkal (<i>deny</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Attack the accuser</i>: menyerang dan menuding kelompok yang mengatakan adanya suatu masalah 2) <i>Denial</i>: organisasi menekankan bahwa tidak terjadi suatu krisis 3) <i>Scapegoat</i>: menyalahkan orang lain dan kelompok luar organisasi atas terjadinya krisis
Strategi respon krisis pengurangan (<i>diminish</i>) <ol style="list-style-type: none"> 4) <i>Excuse</i>: berusaha mengurangi beban dari organisasi dengan membuktikan tidak ada hal negatif yang dilakukan organisasi 5) <i>Justification</i>: mengambil tanggung jawab dan memimilisir kerusakan yang terjadi karena krisis
Strategi respon krisis membangun kembali (<i>rebuild</i>) <ol style="list-style-type: none"> 6) <i>Compensation</i>: memberikan ganti rugi/pemberian kompensasi kepada korban krisis 7) <i>Apology</i>: permintaan maaf oleh organisasi atas krisis yang terjadi
Strategi respon krisis pendukung (<i>bolstering</i>) <ol style="list-style-type: none"> 8) <i>Reminder</i>: organisasi mengingatkan kepada publik tentang karya/hal baik 9) <i>Ingratiation</i>: mengambil hati publik dengan hal-hal baik yang telah dilakukan organisasi 10) <i>Victimage</i>: menyatakan pada stakeholder bahwa organisasi juga korban dari krisis

Sumber: (Coombs, 2007)

Maka dari itu, strategi ini akan digunakan untuk menganalisis pemberitaan mengenai respon pemerintah Eks Karesidenan Surakarta dalam penanganan vaksin Covid-19 agar diketahui apakah pemerintah eks karesidenan Surakarta merespon dengan baik penanganan vaksinasi covid-19.

Metode Penelitian

Metode kuantitatif dengan menggunakan metode analisis isi (content analysis) digunakan dalam penelitian ini. Pemberitaan mengenai penanganan vaksinasi covid di wilayah daerah eks Karesidenan Surakarta pada media online

Solopos.com dan TribunSolo.com dalam kurun waktu bulan Mei 2021 - November 2022 menjadi subjek. Populasi dari penelitian ini yaitu keseluruhan berita yang membahas penanganan vaksinasi Covid-19 di wilayah Eks Karesidenan Surakarta yang ada di media online Solopos.com dan TribunSolo.com.

Peneliti menggunakan sampel non-probability yaitu purposive sampling yakni pemberitaan yang memuat respon dari pemerintah eks Karesidenan Surakarta dalam merespon penolakan vaksin oleh masyarakat sejak bulan Mei 2021 - November 2022. Terdapat 22 berita mengenai respon pemerintah Eks Wilayah

Karesidenan Surakarta di media online Solopos.com, dan 26 berita pada media Tribunsolo.com.

Analisis data deskriptif frekuensi digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif frekuensi yaitu memperlihatkan peristiwa dari satu variabel yang diteliti dan tidak menjelaskan keterkaitan yang ada (Eriyanto, 2013). Dalam tahap ini sampel yang telah dikumpulkan di-coding lalu dikategorisasikan berdasarkan respon krisis SCCT. Terdapat hipotesis dalam penelitian ini. H0: Tidak ada perbedaan yang signifikan antara solopos.com dengan tribunsolo.com dalam memberitakan Strategi respon penanganan vaksinasi oleh pemerintah Eks Wilayah Surakarta. H1: Terdapat perbedaan yang signifikan antara solopos.com dengan tribunsolo.com dalam memberitakan Strategi respon penanganan vaksinasi oleh pemerintah Eks Wilayah Surakarta.

Penelitian ini menggunakan unit tematik. Unit tematik dapat melihat suatu pembahasan dalam teks yang sesuai dengan tema (Eriyanto, 2013). Penelitian ini menggunakan validitas, reliabilitas dan uji beda. Validitas yang digunakan peneliti yaitu validitas isi, yaitu melihat apakah semua kategori masuk ke dalam alat ukur. Alat ukur yang digunakan yaitu berdasarkan Situational Crisis

Communication Theory (SCCT) oleh oleh Timothy W. Coombs. Reliabilitas yang digunakan yaitu reliabilitas antar *coder*, yaitu; *coder* pertama adalah peneliti sendiri dan *coder* kedua adalah Nurul Setyowati, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FKI UMS angkatan 2019. Untuk menghitung nilai reliabilitas, peneliti menggunakan rumus Holsti yakni:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2} \quad (1)$$

CR : Coeficient Reliability
M : Jumlah sampel yang disetujui oleh pengkoding dan peneliti
N1 : Jumlah sampel yang dibuat oleh pengkoding
N2 : Jumlah sampel yang dibuat oleh peneliti

Uji beda dilakukan dalam penelitian ini. Untuk menghitung Uji beda peneliti menggunakan Uji t independent. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan, sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Untuk menguatkan hasil, peneliti menambahkan t tabel distribusi dengan ketentuan jika nilai t hitung < t tabel maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penyajian Data

Penelitian ini menyajikan data berdasarkan strategi respon pemerintah eks wilayah Surakarta dalam menangani

vaksinasi Covid-19 dalam pemberitaan pada media Solopos.com dan Tribunsolo.com edisi Mei 2021- November 2022.

Penelitian ini menganalisis krisis dengan mencari tahu respon apa yang dilakukan pemerintah eks wilayah

Surakarta dalam penanganan vaksinasi Covid-19 melalui teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dari Coombs dalam menentukan kategorisasinya. Berikut adalah kategorisasi strategi respon SCCT milik Coombs

Tabel 2. Kategorisasi SCCT

Kategori	Taktik
1	<i>Attack the accuser</i>
2	<i>Denial</i>
3	<i>Scapegoat</i>
4	<i>Excuse</i>
5	<i>Justification</i>
6	<i>Compensation</i>
7	<i>Apology</i>
8	<i>Reminder</i>
9	<i>Ingratiation</i>
10	<i>Victimage</i>

Sumber : (Coombs, 2007)

Pengujian Persyaratan Analisis

Validitas

Pada langkah ini uji validitas menggunakan alat ukur yang telah disediakan. Uji validitas memungkinkan peneliti untuk mengecek apakah alat ukur yang digunakan valid dan mampu mengukur secara akurat. Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi. Validitas isi disebut alat ukur jika alat ukur tersebut memuat semua keterangan konsep tanpa ada yang kurang (Eriyanto, 2013). Dalam pengukuran validitas isi, perbandingan instrumen pengukuran dengan standar yang biasa

digunakan harus dilakukan peneliti dalam komunitas ilmiah. Semakin banyak yang menggunakan dan pengakuan secara ilmiah suatu alat ukur semakin tinggi, maka tingkat alat validitas tersebut juga semakin baik.

Penelitian ini menggunakan pengukuran berdasarkan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dalam jurnal berjudul *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory* milik Timothy W. Coombs (2007). Terdapat 10 kategori respon krisis untuk

melakukan pengukuran yaitu *attack the accuser* (menyerang pengkritik), *denial* (menyangkal terjadinya krisis), *scapegoat* (melempar kesalahan), *excuse* (mengurangi tanggung jawab), *justification* (menggambil tanggung jawab), *compensation* (memberikan kompensasi), *apology* (permintaan maaf), *reminder* (mengingat hal baik), *ingratiation* (menyanjung stakeholder dengan prestasi perusahaan), dan *victimage* (menyatakan bahwa juga korban).

Reliabilitas

Reliabilitas yaitu sejauh mana alat ukur telah digunakan dan tetap

memberikan hasil yang sama (Eriyanto, 2013). Reliabilitas antar *coder* digunakan sebagai pengukuran dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan 2 *coder*. *Coder* pertama peneliti sendiri dan *coder* kedua yaitu Nurul Setyowati mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2019. Pada pengujian reliabilitas tidak mencakup semua sampel yang akan diuji. Populasi unit dalam penelitian ini yaitu sebanyak 48 berita. Peneliti hanya mengambil 10% dari sampel yang ada sehingga sampel yang digunakan hanya 5 berita.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Tanggal	Judul Berita	Coder I	Coder II	Setuju (S) atau Tidak Setuju (TS)
4 Juni 2021	Pemkot Solo Siapkan Bonus Bagi Warga yang Antar Lansia Vaksinasi Covid-19	<i>Compensation</i>	<i>Compensation</i>	S
9 Juni 2021	Mulai Rabu Ini Sragen Layani Vaksinasi Warga Pra-Lansia dan Pendamping Lansia	<i>Justification</i>	<i>Justification</i>	S
4 Oktober 2021	Sayembara di Boyolali : Desa Pertama yang Bisa Vaksin 100 Persen Warganya Dapat Hadiah Ini	<i>Compensation</i>	<i>Compensation</i>	S
13 Oktober 2021	ASN Diminta Cari Warga untuk Vaksin, Bupati : Kalau Perlu Kasih Sembako	<i>Compensation</i>	<i>Justification</i>	TS
25 Maret 2022	Vaksin Booster Jadi Syarat Mudik, Bupati Sragen : Pengecekan Secara Acak di Exit Tol dan Rest Area	<i>Justification</i>	<i>Justification</i>	S
Total S = 4 Total TS = 1				
Reliabilitas = $2M / (N1 + N2) = 2(4) / (5+5) = 0,8 (80\%)$				

Sumber: Data peneliti

Setelah dilakukan uji reliabilitas diatas, maka diketahui hasilnya yaitu 0,8 atau 80%. Sesuai dengan formula Holsti data dinyatakan reliabel jika uji reliabilitasnya melebihi dari batas minimum yaitu 0,7 atau 70%. Dengan kata lain, alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi persyaratan ketentuan minimum formula Holsti.

Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang dianalisis diperoleh dari hasil uji validitas

dan reliabilitas. Kemudian dikelompokkan menjadi tabel frekuensi. Fungsi dari tabel ini untuk memudahkan melihat hasil analisis data yang ditemukan oleh peneliti. Berikut 43 artikel berita online dengan rincian 20 berita berasal dari media online Solopos.com dan 23 artikel dari media publikasi Tribunsolo.com yang telah peneliti kategorikan berdasarkan strategi *Situational Crisis Communication Theory*.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Media Online Solopos.com dan Tribunsolo.com

Strategi SCCT	Frekuensi	Presentase
<i>Attack the accuser</i>	0	0%
<i>Denial</i>	0	0%
<i>Scapegoat</i>	1	2,3%
<i>Excuse</i>	5	11,6%
<i>Justification</i>	24	55,8%
<i>Compensation</i>	3	6,9%
<i>Apology</i>	1	2,3%
<i>Reminder</i>	4	9,5%
<i>Ingratiation</i>	0	0%
<i>Victimage</i>	5	11,6%
Total	43	100%

Sumber: Data Peneliti

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa pemerintah Karesidenan Surakarta menggunakan 7 Strategi untuk penanganan vaksinasi Covid-19. Sebanyak 24 berita dengan presentase 55,8% menggunakan kategori *justification*, 9 berita dari Solopos.com dan 15 berita dari

Tribunsolo.com. Sebanyak 5 berita dengan presentase 11,6% menggunakan *excuse*, 4 berita dari Solopos.com dan 1 berita dari Tribunsolo.com. Sebanyak 5 berita dengan presentase 11,6% menggunakan *victimage*, 2 dari Solopos.com dan 3 dari Tribunsolo.com. Sebanyak 4 berita dengan

presentase 9,5% menggunakan strategi *reminder*, 2 dari Solopos.com dan 2 dari Tribunsolo.com. Sebanyak 3 berita dengan presentase 6,9% menggunakan strategi *compensation*, 2 berita dari Solopos.com dan 1 berita dari Tribunsolo.com. Strategi *scapegoat* digunakan pemerintah terdapat 1 berita dari media Solopos.com dengan presentase 2,3%. Dan strategi terakhir yang digunakan yaitu *apology*, terdapat 1 berita dari media Tribunsolo.com dengan presentase 2,3%.

Uji t Independent H_0 : Tidak ada perbedaan yang signifikan antara solopos.com dengan tribunsolo.com dalam memberitakan strategi respon penanganan vaksinasi oleh pemerintah Eks Wilayah Surakarta H_1 : Terdapat perbedaan yang signifikan antara solopos.com dengan tribunsolo.com dalam memberitakan strategi respon penanganan vaksinasi oleh pemerintah Eks Wilayah Surakarta Hasil output perhitungan uji t independent dengan SPSS sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil uji t Independent

Independent Samples Test

		Levene's Testt-test for Equality of Means for Equality of Variances								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-Mean tailed) Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
SCCT	Equal variances assumed	.453	.509	-	18	.861	-.300	1.693	-3.858	3.258
	Equal variances not assumed			-	14.884	.862	-.300	1.693	-3.912	3.312

Berdasarkan hasil dari uji independent test di atas, diketahui nilai signifikan sebesar 0,861 dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (sig. $0,861 > 0,05$) yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara solopos.com dengan tribunsolo.com. Kemudian dilakukan pengujian dengan t tabel distribusi sebagai berikut:

Signifikansi alpha = 0,05

$$\begin{aligned} t_{\text{tabel}} &= t_{\text{tabel}} (N-2 ; \alpha:2) \\ &= t_{\text{tabel}} (20-2 ; 0,05:2) \\ &= t_{\text{tabel}} (18 ; 0,025) \\ &= \mathbf{2,100} \end{aligned}$$

karena nilai $t_{\text{hitung}} = -0.177 < t_{\text{tabel}} = 2.100$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan rata-rata signifikan antara Solopos.com dan Tribunsolo.com.

Kesimpulan: Karena nilai signifikansi. $0,861 > 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} = -0.177 < t_{\text{tabel}} = 2.100$ maka H_0 ditolak yang artinya Tidak ada perbedaan yang signifikan antara solopos.com dengan tribunsolo.com dalam memberitakan Strategi respon penanganan vaksinasi oleh pemerintah Eks Wilayah Surakarta

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana respon Pemerintah Karesidenan Surakarta dalam menangani vaksinasi covid-19 di daerahnya. Respon pemerintah diambil

dari pemberitaan yang ada di media online Solopos.com dan Tribunsolo.com yang dianalisis melalui teori SCCT (*Situational Crisis Communication Theory*). Banyak perusahaan atau organisasi yang menggunakan teori SCCT untuk merespon sebuah krisis agar reputasinya kembali baik.

Pemberitaan pada media online Solopos.com dan Tribunsolo.com digunakan peneliti untuk mengidentifikasi langkah-langkah apa yang diambil oleh pemerintah dalam penanganan vaksin di wilayah Karesidenan Surakarta. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana respon pemerintah wilayah Karesidenan Surakarta menggunakan Strategi Situational Crisis Communication Theory melalui media online Solopos.com dan Tribunsolo.com periode Mei 2021 hingga November 2022.

Peneliti menemukan strategi *justification* sebagai respon yang dominan digunakan. Strategi ini mengambil tanggung jawab dan meminimalisir kerusakan yang terjadi karena krisis (Coombs & Holladay, 2010). Pemerintah Karesidenan Surakarta bertanggung jawab atas krisis yang telah terjadi. Tujuan *justification* agar dampak krisis tidak semakin parah, dan jika perbaikan berhasil, maka reputasi perusahaan bisa terselamatkan. Temuan ini hampir sama

dengan penelitian Zizka & Chen (2023) dalam kasus industri pariwisata hotel Swiss yang kesulitan menemukan solusi akibat krisis Covid. Dalam hal ini Hotel Swiss membuat kebijakan berupa pesan yang di komunikasikan secara positif melalui website Hotel Swiss. Menurutnya strategi *justification* dinilai efektif untuk mengurangi sebuah krisis yang terjadi pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan temuan peneliti ada beberapa strategi *justification* yang dilakukan oleh pemerintah Karesidenan Surakarta antara lain. 1) bekerja sama dengan TNI Polri untuk percepatan vaksinasi, 2) edukasi kepada masyarakat mengenai vaksinasi Covid-19, 3) mendukung penuh upaya pemerintah terhadap percepatan vaksinasi Covid, 4) mengevaluasi apa yang menjadi kendala dari vaksinasi Covid, 5) membuat kebijakan mengenai vaksin agar masyarakat patuh, dan 6) bekerja sama dengan pemerintah tingkat desa untuk sosialisasi tentang vaksin.

Strategi kedua yang dominan digunakan adalah *excuse*. Strategi ini berusaha mengurangi beban dari organisasi dengan membuktikan tidak ada hal negatif yang dilakukan organisasi (Coombs & Holladay, 2010). Sebanyak 5 artikel memperlihatkan strategi ini digunakan

pemerintah. Dalam hal ini pemerintah meminimalkan tanggung jawab terhadap krisis tetapi tidak berniat merugikan.

Strategi *excuse* dalam penelitian ini dilihat dari tidak terjadi penolakan vaksin dan tidak ada masyarakat Soloraya yang mengalami sakit setelah selesai di vaksin, pernyataan tersebut dilakukan agar masyarakat tidak takut untuk melakukan vaksinasi Covid-19. Pemerintah merasa sudah bertanggung jawab dengan menyediakan tempat untuk vaksinasi covid-19. Hal ini sesuai dengan pernyataan Coombs (2007) bahwa strategi ini mencoba untuk meminimalkan tanggung jawab atas krisis, mengklaim tidak ada kendali atas kejadian atau tidak ada niat untuk menyebabkan kerugian.

Lebih lanjut, pemerintah Karesidenan Surakarta juga menggunakan strategi *victimimage*. Strategi ini mengatakan pada *stakeholder* bahwa organisasi juga korban dari krisis (Coombs & Holladay, 2010). Nurulhuda, et al (2022) mengungkapkan bahwa *victimimage* merupakan strategi untuk memperkuat suatu reputasi. Dalam kasus ini pemerintah Karesidenan Surakarta mengklaim bahwa pihaknya juga korban dari sebuah krisis. Pemerintah Karesidenan Surakarta mengalami kesulitan dalam penanganan vaksin karena beberapa faktor, 1) Krisis

terjadi diluar organisasi yang tidak bisa dihindari, seperti stok vaksin yang terbatas, kendala tersebut membuat pemerintah lambat dalam penanganan vaksin, 2) masyarakat kurang minat terhadap vaksin.

Strategi selanjutnya yang dominan dilakukan oleh Pemerintah Karesidenan Surakarta adalah *compensation*, yaitu pemberian kompensasi sebagai bentuk tanggung jawab. Indikator untuk kategori kompensasi adalah perusahaan memberikan uang atau hadiah kepada korban (Coombs & Holladay, 2010). Penelitian O'Shea et al (2022) dalam kasus krisis Covid yang berdampak pada sistem pendidikan di negara Canada, China dan USA juga menemukan strategi *compensation*, yaitu berupa dukungan keuangan untuk mahasiswa. Dalam penelitian tersebut *compensation* dilakukan karena dapat mengurangi beban atas krisis yang terjadi.

Dalam penelitian ini *compensation* yang dilakukan oleh Pemerintah Karesidenan Surakarta yaitu memberikan bonus vaksin kepada pengantar vaksin lansia. Pemerintah juga meminta para pelaku usaha untuk memberikan diskon dan promo kepada masyarakat yang sudah menjalani vaksin. Pemerintah Surakarta pun melakukan sayembara jika daerahnya sudah menerima vaksin 100% maka akan

mendapatkan hadiah. Untuk mempercepat pelaksanaan vaksinasi bagi anak-anak, pemerintah menyediakan mobil patroli untuk menjemput anak-anak yang vaksinasi Covid-19.

Pemerintah Karesidenan Surakarta juga menggunakan strategi *reminder* dalam merespon krisis yang terjadi. Strategi ini mengingatkan kepada publik tentang karya/hal baik dari organisasi (Coombs & Holladay, 2010). Chmielewska Muciek et al (2021) dalam kasus krisis pandemi Covid-19 dalam kegiatan penerbangan maskapai di Eropa menemukan strategi *reminder* digunakan untuk mengingatkan hal baik yang dilakukan perusahaan. Dalam penelitian ini sebanyak 2 berita dari Solopos.com dan 2 berita dari Tribunsolo.com memberitakan mengenai hal baik yang dilakukan pemerintah diantaranya yaitu Pemerintah Karesidenan Surakarta menyebutkan bahwa antusias masyarakat terhadap vaksinasi Covid tinggi serta stok vaksin aman. Sasaran vaksinasi Covid juga terus meningkat dan akan rampung pada tahun 2022. Sementara itu, dalam berita juga disebutkan bahwa kasus kematian akibat Covid-19 turun karena capaian vaksinasi yang sudah 98%.

Strategi selanjutnya yang digunakan Pemerintah Karesidenan Surakarta yaitu *scapegoating*. Menurut

(Coombs & Holladay, 2010) strategi ini merupakan strategi menyalahkan orang lain dan kelompok luar organisasi terhadap krisis yang sedang terjadi. Pada penelitian ini *scapegoating* terlihat oleh pemerintah daerah Sragen dimana pihaknya mengatakan bahwa mereka sudah berusaha dalam memaksimalkan penanganan vaksin Covid, namun dari pihak lain tidak aktif dalam sosialisasi program vaksinasi Covid-19. Sehingga salah satu desa di Sragen tertinggal dalam penanganan vaksin Covid-19.

Strategi yang minim terlihat yaitu *apology*. Dalam berita, pemerintah melakukan strategi *apology*, dengan meminta maaf terhadap kinerja pemerintah yang kurang. Hanevie (2023) mengungkapkan jika permintaan maaf dapat meredakan suatu krisis. Dalam penelitian ini ungkapan maaf dilakukan oleh Bupati Kabupaten Wonogiri, pemerintah meminta maaf karena belum bisa memaksimalkan vaksinasi, hal tersebut tertulis dalam artikel Tribunsolo.com, dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa vaksin kuotanya terbatas sehingga membuat pemerintah merasa bersalah, pemerintah juga akan mengevaluasi jalannya penanganan vaksin Covid-19.

Penelitian ini mampu menjawab strategi respon apa saja yang dilakukan pemerintah Karesidenan Surakarta dalam penanganan vaksinasi Covid-19. Dilihat dari pemberitaan di Solopos.com dan Tribunsolo.com memuat tujuh strategi SCCT, kedua media tersebut tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam memberitakan sebuah berita. Strategi yang tidak digunakan Pemerintah Karesidenan Surakarta dalam menangani vaksinasi Covid yaitu *attack the accuser*, *denial* dan *ingratiation*.

Penutup

Tidak ada organisasi yang terhindar dari krisis. Pada titik tertentu, krisis pasti akan terjadi dalam organisasi. Keberhasilan organisasi dalam menghadapi krisis tergantung pada bagaimana mereka menerapkan manajemen krisis yang tepat, termasuk komunikasi krisis. Penelitian ini dapat membuktikan bahwa setiap krisis unik, perilaku terhadap krisis harus disesuaikan dengan kondisi pada saat itu. Dominasi strategi *justification* yang dilakukan Pemerintah Karesidenan Surakarta menunjukkan mereka bertanggung jawab untuk memperbaiki suatu krisis yang sedang terjadi. Respon yang dilakukan pemerintah bukanlah penolakan,

melainkan tanggung jawab untuk menghilangkan penyebab krisis dan mencegah terjadinya keburukan reputasi pemerintahan.

Keterbatasan penelitian ini adalah memilih media pemberitaan sebagai objek sehingga hanya bisa melihat satu arah dari sisi organisasi. Untuk penelitian selanjutnya bisa meneliti krisis pemerintah melalui media online, media sosial maupun media yang lain agar dapat dilihat pula *feedback* berupa komentar dari *audience*. Sehingga, peneliti selanjutnya dapat melihat komunikasi krisis dari dua sisi. Diharapkan penelitian selanjutnya akan memberikan sudut pandang baru tentang strategi manajemen krisis dan penelitian ini menjadi patokan bagi perusahaan atau organisasi dalam hal meningkatkan reputasi perusahaan. Penelitian ini dapat memberikan gambaran pentingnya media dalam komunikasi krisis dan penggunaan strategi yang baik dapat digunakan untuk meminimalisir terjadinya krisis.

Daftar Pustaka

- Chmielewska Muciek, D., Jakubczak, J., & Marzec-Braun, P. (2021). Crisis Response Strategies and Themes during the COVID-19 Pandemic in EU Aviation, Airlines' Executives Communication with Shareholders: A Content Analysis. *European Research Studies Journal*, XXIV(Issue 4B), 276–299. <https://doi.org/10.35808/ersj/2656>
- Coombs, W. T. (2007a). *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*. <https://instituteforpr.org/state-crisis-communication-evidence-bleeding-edge/>
- Coombs, W. T. (2007b). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Coombs, W. T., & Holladay, S. . (2010). *The Handbook of Crisis Communication*.
- Dinas kesehatan Provinsi. (2020). *Berita Hoax (Bohong) Menyesatkan Yang Meresahkan*. https://dinkes.bantenprov.go.id/upload/article-pdf/BERITA_HOAX.pdf
- Eriyanto. (2013). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Fearn-Banks, K. (2011). *Crisis Communications: A Casebook Approach, Fourth Edition*.
- Frandsen, F., & Johansen, W. (2019). *Crisis Communication*.
- Gandryani, F., & Hadi, F. (2021). Aspek Hukum Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Di Indonesia. *Prosiding Senapenmas*, 10 April. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15162>
- Hanevie, K. A. (2023). *PR Tiket.Com Communication Crisis In Responding to Comments by Users On Instagram @ Tiketcom During the Covid-19 Pandemic*. 9(1), 20–30.
- Kementerian Kesehatan. (2022). Surat Edaran No. HK.02.02/II/252/2022

WHO. (2020). *Pelayanan Kesehatan Berbasis Komunitas, Termasuk Penjangkauan dan Kampanye, dalam Konteks Pandemi COVID-19.*

Zizka, L., & Chen, M.-M. (2023). "Sanitary measures, social distancing, safety": The evolution of Swiss hoteliers' Covid-19 communication through three snapshots. *Tourism and Hospitality Research*, 146735842311622. <https://doi.org/10.1177/14673584231162279>