

Strategi Komunikasi Krisis Humas Satpol PP Dalam Pemulihan Citra pada Satpol PP Kota Surabaya

¹Dimas Satria, ²Bagus Pradana, ³Bambang Sigit Pramono

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

dimasatss@gmail.com

Abstract

Condition crisis is very condition worrying and important For guard reputation in the eyes public, in condition related crisis government necessity handling fast so that trust public No decrease with drastic. the role of social media in guard image organization government as means information in control close information connection with image in the eyes public. in easy reach government need a lot of social media fans, Instagram is one of them choice to be means information with Lots user so that spread information can covers all circles. therefore with use method qualitative researcher elaborate about How image something organization government is very important For guard stability trust public as well as manage image something organization government is important and how analyze application communication crisis with use theory image restoration with studies case on Instagram @satpolppsby researcher observe How the role of social media Instagram Satpol PP plays a role in application strategy communication crisis in handle issue case Sell goods confiscation that will occur in 2022. This is also related with mission Service Unit Police Pamong Praja with become beloved institution society, creating a sense of security, openness information organization government with through content instagram @ satpolppsby with diverse themes and topics around information Surabaya City government with objective spread information available reach all over layer public.

Keywords: Reputation, Crisis Communication, Image Restoration

Abstrak

Kondisi krisis adalah kondisi yang sangat mengkhawatirkan dan penting untuk menjaga reputasi di mata publik, dalam kondisi krisis yang menyangkut pemerintah perlunya penanganan cepat sehingga kepercayaan publik tidak menurun dengan drastis. peran media sosial dalam menjaga citra organisasi pemerintahan sebagai sarana informasi dalam pengendalian informasi yang erat kaitannya dengan citra dimata publik. dalam jangkauann yang mudah pemerintah butuh media sosial yang banyak peminatnya, Instagram menjadi salah satu pilihan yang menjadi sarana informasi dengan banyak pengguna sehingga penyebaran informasi dapat mencakup semua kalangan. oleh karena itu dengan menggunakan metode kualitatif peneliti menguraikan mengenai bagaimana citra suatu organisasi pemerintah itu sangat penting untuk menjaga stabilitas kepercayaan masyarakat serta mengelola citra suatu organisai pemerintahan itu penting dan bagaimana menganalisa penerapan komunikasi krisis dengan menggunakan teori restoration image dengan studi kasus di Instagram @satpolppsby peneliti mengamati bagaimana peran media sosial Instagram Satpol PP berperan dalam penerapan strategi komunikasi krisis dalam menangani isu kasus Jual barang sitaan yang terjadi pada 2022. hal ini juga berkaitan dengan misi dinas Satuan Polisi Pamong Praja dengan menjadi intitusi yang dicintai masyarakat, mewujudkan rasa aman, keterbukaan informasi organisasi pemerintah dengan melalui konten instagram @satpolppsby dengan beragam tema dan topik seputar informasi pemerintah Kota Surabaya dengan tujuan menyebarkan informasi yang dapat menjangkau seluruh lapisan publik.

Kata kunci: Reputasi, Komunikasi Krisis, Restoration Image

Pendahuluan

Citra organisasi sangat penting untuk membangun kepercayaan dan membentuk persepsi masyarakat. Ini berfungsi sebagai tujuan mendasar yang berdampak pada pertumbuhan dan perkembangan organisasi. Di era digital saat ini, kemajuan teknologi tidak dapat dipisahkan dari aktivitas individu. Idealnya, pemerintah harus termotivasi untuk melakukan inovasi melalui teknologi informasi dalam penyelenggaraannya sebagaimana dirinci dalam Undang-Undang *E-Government* tahun 2002 sebagai hasil dari pertumbuhan teknologi ini (Bertot et al., 2010)

Komunikasi terencana, manajemen sikap, dan berperan sebagai perantara komunikasi antara organisasi dan publik merupakan komponen-komponen *Public Relations*, seperti yang didefinisikan oleh Frank Jefkins. Mengatasi permasalahan publik, menetapkan kebijakan dan prosedur untuk kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk mencapai pengakuan publik merupakan tanggung jawab Humas. Penyebaran informasi negatif tentang suatu organisasi di media merupakan kekhawatiran besar bagi Humas sehingga memerlukan tindakan segera untuk menjaga reputasi organisasi. Situasi ini memerlukan upaya strategis untuk membangun hubungan media dan manajemen krisis guna memitigasi isu-isu negatif dan mendorong publisitas positif (Fadhilla & Pradana, 2023)

Oleh karena itu, pada krisis pemberitaan media tentang kasus korupsi jual barang sitaan yang dilakukan oleh Kabid Ketertiban Umum dan Ketentraman Masyarakat Satpol PP Kota Surabaya non aktif Ferry Jacom yang sempat menjabat waktu lalu, Humas menerapkan beberapa strategi komunikasi krisis yang disesuaikan dengan kepentingan organisasi dan digunakan untuk menanganinya dengan media. Salah satu bentuk komunikasi krisis yang dapat diterapkan kepada media oleh organisasi disaat krisis adalah dengan memberikan ketersediaan informasi kepada media dan masyarakat. Tujuannya adalah supaya media mampu mempresepsikan pesan yang disampaikan oleh organisasi melalui ketercukupan informasi yang diberikan.

Kasus yang menimpa Satpol PP Kota Surabaya Tahun 2022 yaitu jual Barang Sitaan lalu menimbulkan citra buruk bagi Satpol PP karena citranya yang menurun dimata masyarakat. Satpol PP sendiri dibentuk untuk menegakkan peraturan perundang - undangan daerah sesuai dengan Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014. Satpol PP mempunyai tugas dan fungsi khusus sebagai instrument daerah yang penting dalam mewujudkan lingkungan yang kondusif sesuai Pasal 5 Peraturan Pemerintahan Nomor 16 Tahun 2018 Satpol PP bertugas menegakkan peraturan daerah dan peraturan pemerintah daerah, memelihara ketentraman dan ketertiban masyarakat serta memberikan perlindungan masyarakat. dalam kasus Jual barang sitaan yang dilakukan oleh oknum Satpol PP non aktif Ferry Jacom Kabid Trantibun karena tindakannya yang dinilai merugikan instansi karena telah menjual barang sitaan hasil dari penertiban yang disimpan di gudang milik Satpol PP bernilai Rp500 Juta. pada dasarnya kewenangan Satpol PP telah diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satpol PP yang berdasarkan peraturan tersebut Satpol PP Berwenang, Melakukan tindakan penertiban nonyuridisial terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan penegak hukum yang melakukan pelanggaran atas perda atau perkara, menindak warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang mengganggu ketertiban umum dan ketentraman masyarakat, melakukan tindakan administratif terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang melakukan pelanggaran atas perda dan perkara. Dalam KUHP, penyitaan adalah tindakan penyidik untuk mengambil alih atau menyimpan di bawah penguasaannya benda bergerak atau tidak bergerak, berwujud atau tidak berwujud untuk kepentingan pembuktian dalam penyidikan, penuntutan dan peradilan.

Strategi Komunikasi sendiri merupakan sebuah gabungan dari Perencanaan atau Planing seperti yang dijelaskan oleh (Effendy, 200:300)” Strategi Komunikasi merupakan

perpaduan antara perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen komunikasi (*Communication Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Guna mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, atau dalam artian bahwa pendekatan (*Approach*) bisa berbeda sewaktu - waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima” Adapun dalam pengelolaan saluran media, Satpol PP Kota Surabaya mengupayakan penyebaran informasi yang secara luas dan maksimal.

Pada Penelitian ini untuk mengetahui hasil penelitian yang mendalam, menggunakan dari perspektif teori Image Restoration William Benoit. Pada (Kriyantono, 2014).perspektif dari teori ini menjelaskan bahwa Image Restoration Theory berkaitan dengan metode yang digunakan organisasi terlepas dari apakah mereka profit maupun nonprofit, teori ini berupaya memperbaiki kerusakan pada citra yang diakibatkan oleh krisis. model teori ini adalah salah satu dari sekian banyak teori manajemen citra, isu, krisis (Kriyantono 2014). Dalam teori ini menggunakan lima aspek untuk memperbaiki citra organisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi krisis Satpol PP Kota Surabaya dalam kasus jual barang sitaan melalui humas yang menjadi wadah tanggung jawab ketika krisis kepercayaan masyarakat melanda organisasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif, yang menjelaskan serta gambaran mengenai strategi komunikasi krisis humas satpol pp dalam pemulihan citra pada satpol pp kota Surabaya. Dengan subjek dari satpol pp kota Surabaya dan objek kasus pemberitaan satpol pp jual barang sitaan yang diperoleh melalui metode pengumpulan data primer dengan wawancara informan dan data sekunder dari media massa, jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta menguji keabsahan data dengan triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Krisis pada Satpol PP Kota Surabaya yang peneliti amati menggunakan lima aspek dari teori image restoration untuk memulihkan krisis kepercayaan masyarakat. Ancaman terhadap citra seseorang, yang biasanya muncul dari pesan persuasif yang menyerang, mengkritik, atau mengungkapkan kecurigaan dengan demikian mendorong upaya perbaikan citra tidak dapat dihindari.

a. Denial.

Secara umum, politisi yang membantah tuduhan tersebut sering kali menggunakan strategi/penyangkalan (*simple denial*). Ada juga metode pemberian tanggung jawab kepada individu lain (*shifting the blame*), selain penolakan langsung. Kendati demikian, Satpol PP tidak membantah atau mengalihkan tanggung jawab di tengah krisis penjualan barang sitaan. Metode ini mengenali potensi konsekuensi kepentingan pribadi terhadap lembaga pemerintah, yang dapat mempengaruhi keseluruhan sistem pemerintahan. Oleh karena itu, Satpol PP berupaya bersikap netral dan tidak menyangkal atau menutup-nutupi permasalahan tersebut.

Terkait hal tersebut, Edy selaku Penanggung Jawab Subbagian Umum dan Kepegawaian Satpol PP Kota Surabaya dalam wawancaranya memberikan penjelasan terkait

penanganan permasalahan tersebut oleh Humas. Humas menjamin informasi yang disebarakan tidak merugikan pemerintah daerah, selain menjaga netralitas. Berikut Penjelasannya :

“Soal Informasi tentu kami mengakui kalau sempat kecolongan, namun kami serahkan kepada pihak kejaksaan untuk menangani kasus ini. Kami netral, sudah banyak media yang datang kemari untuk mencari informasi namun kami juga perluantisipasi untuk berhati - hati. Kami hanya memberikan informasi kepada media yang kredibel seperti, Suara Surabaya, Jawapos, cnn, Kompas dll. Kami juga khawatir mas, kasus ini sudah cukup membuat kami pusing namun yaa kami harus kami harus tetap menjaga instansi ini. Itu tidak bisa disangkal mas, karna saat itu sudah masuk ke kejaksaan kasusnya dan sudah beberapa orang di periksa juga jadi yaa lebih bahaya kalau kami menyangkalnya” Kantor Satpol PP Kota Surabaya, 2024)

Strategi krisis Satpol PP Kota Surabaya adalah segera mengatur arus informasi menyikapi kejadian tersebut. Untuk menerapkan strategi komunikasi krisis, mereka mengakui situasi yang ada, menjaga netralitas, memberikan informasi yang transparan, dan mendukung penelitian yang sedang berlangsung. Terkait isu penjualan produk sitaan tahun 2022, strategi perbaikan citra Satpol-PP Kota Surabaya dilandasi oleh dua asumsi inti. Awalnya, komunikasi paling efektif dipandang sebagai upaya yang berorientasi pada tujuan. Kedua, tujuan utama komunikasi adalah untuk menegakkan citra positif, yang meliputi terjalinnya hubungan dengan masyarakat dan media. Komunikasi pada dasarnya adalah aktivitas yang diarahkan pada tujuan, sesuai dengan *Theory Image Restoration*.

Peneliti melihat akun Instagram Satpol PP Surabaya terus memberikan update terkait aktivitas pemerintah pada peristiwa 22 Juni 2022 yang melibatkan penangkapan Ferry Jacom, pejabat senior Satpol PP, oleh Kejaksaan. Hal ini terdiri dari operasi keamanan rutin di Surabaya, pemeliharaan fasilitas, dan pertukaran informasi mengenai acara yang dihadiri warga Surabaya untuk mengatasi pengaduan. Selain itu, postingan yang mengadvokasi pungli atau gratifikasi pun turut disebarluaskan. Hal ini menunjukkan bahwa Satpol PP tidak mengambil sikap menyangkal atas kejadian tersebut, melainkan menyampaikan melalui unggahannya bahwa operasional pemerintah berjalan dengan efisien.

Dari berita mengenai tanggapan Ketua Komisi A DPRD, peneliti mempertegas komentar Pertiwi Ayu Kharisna, Ketua Komisi A DPRD Kota Surabaya, terkait dugaan tidak adanya peraturan walikota (Perwali) maupun peraturan daerah (perda) terkait produk sitaan. Ia menekankan perlunya prosedur lelang yang transparan dan penggabungan data yang komprehensif, serta mendesak Satpol PP untuk menetapkan peraturan yang tepat untuk barang sitaan.

Pasal 5 UUD 1945 ayat (2) yang melarang pejabat dan juru sita pajak membeli barang sitaan untuk dirinya sendiri atau atas nama orang lain, merupakan sumber peraturan pokok yang mengatur tentang penjualan barang sitaan. Larangan ini berlaku bagi pasangannya, saudara sedarah, anak angkat, dan pasangannya.

b. Evading of Responsibility.

Dalam kaitannya dengan strategi penghindaran tanggung jawab, yang dirancang untuk mengurangi kesalahan atas tindakan atau kesalahan, ada berbagai langkah yang dapat diambil, bergantung pada keadaan tertentu. Hal ini mencakup *Defeasibility* (mengklaim tindakan dilakukan dengan niat baik dan tidak mengandung niat jahat) dan *Provocation* (mengakui tindakan dipengaruhi oleh provokasi). Satpol PP wajib memenuhi kewajiban dan fungsinya sebagai lembaga resmi Negara. Oleh karena itu, Satpol PP bertanggung jawab penuh atas segala kerugian reputasi pemerintah yang timbul akibat kasus penjualan produk sitaan. Berikut penjelasannya :

“Jadi, citra pemerintahan itu ibarat nyawa bagi kami, disini kami semua mempunyai tanggung jawab. Kalau Image yang buruk, maka Integritas kami di pasti buruk di mata publik, kami itu sebagai pelayan publik yaa seharusnya kita memiliki integritas, jadi kami harus upayakan yang terbaik untuk masyarakat, supaya instansi memiliki pandangan positif di mata masyarakat. “Edy, Surabaya, 2024

Bapak Edy menggarisbawahi pentingnya peran Humas dalam pengelolaan seluruh permasalahan kasus di lingkungan instansi pemerintah Kota Surabaya. Ditegaskannya, setiap instansi bertanggung jawab menjaga reputasi pemerintah, artinya setiap kasus atau isu negatif yang menimpa suatu instansi akan berdampak pada keseluruhan pemerintahan. Oleh karena itu, Humas bertanggung jawab menjaga reputasi baik institusi dan mencegah penyebaran isu-isu negatif saat ini.

Berdasarkan analisis peneliti pada feed Instagram Satpol PP pada 13 Agustus 2023 peneliti beranggapan bahwa terjadinya kepemimpinan di Satpol PP terjadi pasca oknum jual barang sitaan tersebut ditetapkan menjadi tersangka lalu untuk melakukan perbaikan citra perlu adanya pergantian kepemimpinan dari yang sebelumnya dijabat oleh Dr. Eddy Christijanto, M.Si digantikan oleh M.Fikser, AP.MM. dengan gaya kepemimpinan yang berbeda di harapkan Satpol PP mampu lebih transparansi dalam menyampaikan kegiatan pemerintahan dan Tupoksinya.

c. Reducing Offensiveness of Event.

Strategi yang dimaksud adalah menawarkan keringanan kepada individu yang bertanggung jawab atas kesalahan tersebut. Dengan menekankan tindakan-tindakan positif di masa lalu yang diterima dengan baik oleh masyarakat, hal ini dapat dicapai. Selain itu, upaya untuk memitigasi persepsi negatif dilakukan dengan meyakinkan masyarakat bahwa situasi yang terjadi tidak separah yang diperkirakan (*Minimization*). *Diferensiasi* berarti membedakan kesalahan dari tindakan serupa yang dilakukan oleh orang lain. Untuk mengurangi dampaknya, *transendensi* membandingkan peristiwa tersebut dengan peristiwa lain dalam berbagai konteks. Strategi tambahannya adalah *Attack Accuser*, yang mengalihkan perhatian publik dengan menantang kredibilitas dan kompetensi pihak yang melontarkan tuduhan. Kompensasi meliputi pemberian restitusi atau kompensasi dalam rangka mengakui kesalahan dan memulihkan nama baik seseorang.

Penyebaran informasi tidak bisa dihentikan, terutama ketika isu tersebut mendapat perhatian, ketika isu tersebut ramai diperbincangkan di media sosial. Strategi Satpol - PP adalah mencegah citra positif organisasi yang lebih luas menjadi sorotan karena dibayangi oleh kesalahan individu. Dalam upayanya, Satpol-PP berupaya meminimalisir dengan mengangkat aktivitas Satpol-PP dan informasi bahwa dengan isu kasus tersebut tetap membuat aktivitas pemerintahan Satpol-PP masi berjalan dengan baik.

“Strateginya dengan cara share informasi aktivitas Satpol-PP dan kegiatan pemerintahan kota Surabaya. Agar jadi lebih seimbang saja di publik, jangan sampai karna kasus ini, Satpol-PP menjadi institusi yang tidak ber integritas. Kalau secara personil kami tidak mampu langsung tutupi namun kami seimbangkan saja dengan aktivitas Satpol-PP.” M Fikser AP, MM. Surabaya, 2024

Berdasarkan pernyataan Pak Fikser selaku Kepala Satuan Satpol-PP Bahwa Satpol-PP Berupaya melakukan strategi *Reducing Offensiveness of Event* dari salah satu dari lima aspek *Restorasi Image Theory* Dengan mengutip tindakan positif yang telah dilakukan pada masalah dan bisa diterima publik dengan baik (*Bolstering*). Upaya Satpol PP sebagai pihak yang dirugikan mencoba melakukan strategi guna melakukan pertahanan terhadap citra baik di masyarakat.

Menurut pengamatan hasil observasi, pada saat kasus tersebut mencuat, kegiatan satpol pp masi berjalan normal terlihat pada feed postingan Satpol PP pada 29 Juni 2022 saat itu Satpol PP berkesempatan membantu pemerintahan menjalin kerja sama dengan Kota Liverpool yang konsep Sister City dari postingan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa Satpol PP melakukan salah satu Strategi komunikasi krisis yaitu *Image Restoration* pada poin *Reducing Offensiveness of Event*. yang menyebutkan yakni pihak yang melakukan kesalahan layak diberi keringanan. Hal ini mencakup penekanan pada tindakan positif, seperti kerja sama atau pencapaian, dan selanjutnya berupaya mengurangi sentimen negatif dengan meyakinkan masyarakat bahwa situasinya tidak separah yang terlihat (*Minimization*).

d. Corective Action

Pendekatan ini memerlukan penetapan komitmen untuk mengatasi kesalahan di masa depan. Hal ini dimaksudkan untuk mengembalikan citra positif dengan memberikan janji-janji yang dapat dipercaya. Untuk memulihkan reputasinya, Satpol PP melakukan evaluasi terhadap permasalahan yang muncul, dengan tujuan menciptakan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang transparan. Berikut penjelasannya :

“Begini mas, upaya yang akan kami lakukan dalam Strategi Komunikasi krisis saat itu pertama kami lakukan pendekatan masyarakat dengan memberikan rasa aman dengan cara kami melakukan langkah upaya pendekatan anti korupsi sebagai salah satu Strategi krisis. dan memulihkan kepercayaan kepada masyarakat yang sempat resah”

“gini mas, kami ingin mewujudkan pemerintahan yang transparan. ini agar masyarakat bisa melihat dan mengadukan apa masalah yang perlu Satpol PP selesaikan dan teruskan pada dinas yang sesuai penanganannya. Jadi kita upayakan agar setiap informasi mudah penyebarannya lewat media sosial apa saja yang saat ini berkembang. Kita juga turun langsung jika ada isu publik kepada Satpol PP jadi kita sudah membentuk tim khusus isu publik supaya masyarakat tidak resah dan citra instansi tidak memburuk” Edy Wibowo 7 Juni 2024

Peneliti mengamati bahwa evaluasi dan tindakan preventif diterapkan dalam menyikapi isu penjualan produk sitaan, seperti diungkapkan Bapak Edy Wibowo, Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya. Tindakan ini konsisten dengan dedikasi pemerintah terhadap transparansi dan keterbukaan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat, yang merupakan kewajiban penting yang diemban Satpol PP.

Berdasarkan Observasi Peneliti, selain melakukan keterbukaan informasi pada website, Satpol PP pasca terjadinya kasus jual barang sitaan telah berbenah pada sarana informasi Satpol PP Kota Surabaya juga menyediakan layanan Command Center 112 yang bekerja sama dengan pemerintah untuk pengaduan seputar layanan Satpol PP kegiatan ini mengacu pada implementasi Teori Image Restoration pada Satpol PP di poin *Corrective Action* yaitu berjanji akan meningkatkan transparansi informasi kepada publik sebagai upaya pengembalian citra pada Satpol PP Kota Surabaya

e. *Mortification.*

Akui kesalahan secara terbuka dan sampaikan permintaan maaf yang tulus atas tindakan yang diambil. Benoit mencirikan metodologi ini sebagai "mortifikasi", sebuah istilah yang sesuai dengan tulisan Burke tentang komunikasi. Ada banyak strategi yang tersedia untuk mempertahankan persepsi publik yang positif, membangun kembali reputasi, atau memulihkan citra seseorang. Dampak prospektif terhadap persepsi masyarakat terhadap setiap strategi harus dievaluasi secara cermat, sebagaimana yang terkandung dalam Benoit Strategi. Dengan penjelasan sebagai berikut :

“Kalau Tujuannya ya, Kami ingin supaya tidak terulang lagi kejadian Jual Barang Sitaan yang lalu, kami ingin supaya lebih cepat menanggapi isu publik biar itu buruk ataupun baik, supaya engga terlambat saja biar masyarakat engga resah mas. Apa lagi kalau menyangkut citra itu harus menjadi baik. Organisasi manapun tidak ingin memiliki citra yang buruk. Apa lagi kami adalah pelayanan publik yaa itu sangat mempengaruhi kualitas layanan dan kepercayaan masyarakat.” Edy, Surabaya, 2024

Berdasarkan hasil – hasil yang peneliti observasi peneliti menemukan fakta – fakta yang menyatakan kesesuaian teori *Image Restorasi* dengan yang terjadi di lapangan yaitu pada feed postingan Satpol PP pada tanggal 19 maret 2023 Pasca jual barang sitaan, Satpol PP menyeruhkan No gratifikasi pada instansi Satpol PP yang diharapkan semakin meningkatkan citra positif di masyarakat.

Penutup

Peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa Strategi Komunikasi yang diterapkan Satpol PP Kota Surabaya dalam pengelolaan komunikasi krisis sudah sesuai dengan tujuan komunikasi krisis, terbukti dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Keberhasilan strategi komunikasi dibuktikan dengan kemampuan komunikator dalam mencapai hasil yang diinginkan dari khalayak (Satuan Polisi Praja Kota Surabaya).

Daftar Pustaka

- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., Munson, S., & Glaisyer, T. (2010). Social media technology and government transparency. *Social Media Technology and Government Transparency*, 43(11), 53–59. <https://doi.org/10.1109/MC.2010.325>
- Hendarto, & Ruliana. (2019). *STRATEGI PUBLIC RELATIONS RADIO DELTA FM DALAM MEMPERTAHANKAN PENDENGAR MELALUI MEDIA SOSIAL*.
- Kriyantono. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Prenada Media Group .
- Kriyantono. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (ed. 2). kencana.
- Latu Ratri Mubyarsah. (2022, July 15). Wali Kota Surabaya Minta Satpol PP Jual Barang Sitaan Dihukum Berat. *Jawa Pos*.
- Mazaya. (2019). Effective practical learning model for the subject of basic information technology. *Journal of Physics: Conference Series*, 1157, 042003. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1157/4/042003>
- Menda Roosa. (2022, June 7). Oknum Satpol PP Surabaya Manfaatkan Lemahnya Aturan Barang Sitaan. *Suara Surabaya*.
- Setiawan, B., & Salmiyah Fithrah, D. (2018). *Kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik Dalam Membentuk Persepsi Masyarakat Bandung*. 2(2), 102–117.
- Siswanto Sutojo. (2004). *Membangun citra perusahaan* (1st ed.). Damar Mulia Pustaka .
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Wayan, O. :, Prodi, S., Komunikasi, I., Mpu, N., & Singaraja, K. (2020). *Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public Relations*.