

## ABSTRAK

### **PENGELOLAAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM PEMULIHAN KRISIS REPUTASI PEMERINTAHAN PROVINSI LAMPUNG (STUDI KASUS: PASCA VIRAL VIDEO KRITIK “ALASAN LAMPUNG TIDAK MAJU-MAJU” MELALUI AKUN TIKTOK @AWBIMAAAXREBORN)**

Oleh

**DINDA FRANSISKA APRIANTI**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya krisis reputasi Pemerintah Provinsi Lampung akibat viralnya video kritik mengenai kondisi infrastruktur jalan yang menyebar luas di media sosial. Perkembangan isu di ruang digital yang cepat dan masif menuntut adanya pengelolaan komunikasi krisis yang efektif untuk menjaga kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan komunikasi krisis yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung dalam merespons krisis reputasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi pada periode April–Juli 2023. Analisis dilakukan menggunakan konsep manajemen krisis dan *Image Repair Theory* Benoit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi krisis cenderung reaktif dan defensif. Pada tahap pra-krisis, pemantauan isu belum diikuti respons komunikasi yang sistematis. Pada tahap krisis, komunikasi belum memenuhi prinsip kecepatan, keterbukaan, dan dialog publik. Pada tahap pasca krisis, strategi yang dominan adalah *reducing offensiveness*, didukung *evasion of responsibility* dan *corrective action*, tanpa penggunaan *mortification*. Hal ini menunjukkan pemulihan reputasi lebih berorientasi pada citra daripada kepercayaan publik. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara praktik pengelolaan komunikasi krisis Pemerintah Provinsi Lampung dengan prinsip ideal dalam kajian komunikasi krisis. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem komunikasi krisis yang lebih terstruktur, responsif, guna meningkatkan efektivitas pengelolaan reputasi pemerintah di era digital.

Kata Kunci: komunikasi krisis, manajemen krisis, *public relations* pemerintahan, *Image Repair Theory*.

## **ABSTRACT**

### ***PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT IN THE RECOVERY OF THE LAMPUNG PROVINCIAL GOVERNMENT'S REPUTATIONAL CRISIS***

*((A Case Study of the Post-Viral Criticism Video "Why Lampung Is Not Developing"  
on TikTok Account @awbimaxreborn))*

By

**Dinda Fransiska Aprianti**

*This research is motivated by the emergence of a reputation crisis faced by the Lampung Provincial Government due to the viral criticism video regarding road infrastructure conditions on social media. The rapid and massive development of issues in the digital space requires effective crisis communication management to maintain public trust. This study aims to analyze the crisis communication management carried out by the Department of Communication, Informatics, and Statistics of Lampung Province in responding to the reputation crisis. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation during the period of April to July 2023. The data were analyzed using crisis management concepts and Benoit's Image Repair Theory. The results show that the crisis communication management tends to be reactive and defensive. In the pre-crisis stage, issue monitoring was not followed by systematic communication responses. In the crisis stage, communication did not fulfill the principles of timeliness, transparency, and public dialogue. In the post-crisis stage, the dominant strategy was reducing offensiveness, supported by evasion of responsibility and corrective action, without the use of mortification. This indicates that reputation recovery was more oriented toward image management rather than rebuilding public trust. In conclusion, there is a gap between the crisis communication practices of the Lampung Provincial Government and the ideal principles of crisis communication. Therefore, it is necessary to strengthen a more structured and responsive crisis communication system to improve the effectiveness of government reputation management in the digital era.*

**Keywords:** *crisis communication, crisis management, government public relations, image repair theory.*