

ABSTRAK

Kecelakaan Pesawat Sriwijaya Air SJ-182 merupakan salah satu kecelakaan pesawat terbesar dalam satu abad terakhir. Kecelakaan ini menimbulkan krisis dilihat dari munculnya citra buruk terhadap perusahaan, terganggunya operasional, dan dampaknya secara finansial. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pesan komunikasi krisis Sriwijaya Air dalam merespon kasus kecelakaan pesawat SJ-182 dan mengkategorikannya ke dalam strategi respons krisis berdasarkan *Situational Crisis Communication Theory*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi deskriptif. Objek penelitian berupa pesan komunikasi krisis yang disampaikan oleh Sriwijaya Air pada 9-17 Januari 2021 melalui akun Twitter @SriwijayaAir. Data kemudian diolah dan dikategorikan ke dalam unit analisis strategi respon krisis, yakni; *Attack the accuser, denial, scapegoating, excusing, justification, compensation, apology, reminder, ingratiation, dan victimage*.

Penelitian menemukan bahwa Sriwijaya Air menggunakan bentuk respons krisis *rebuilding* dan *bolstering*. Yakni bentuk respon yang berfungsi untuk membangun citra perusahaan dan menarik simpatik publik. Strategi respons krisis yang dominan dalam pesan krisisnya adalah *compensation — victimage*. Melalui kompensasi, perusahaan berusaha membangun kembali kepercayaan *stakeholder* serta menunjukkan bahwa perusahaan bertanggungjawab atas krisis. Sedangkan strategi *victimage* digunakan untuk memposisikan diri sebagai bagian dari korban untuk meraih simpati publik. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya analisis strategi respon krisis digunakan pada platform media secara lebih luas dan tidak terbatas pada Twitter.

Kata Kunci: Analisis Isi Deskriptif, Komunikasi Krisis, Krisis Penerbangan, *Situational Crisis Communication Theory*, Sriwijaya Air, Strategi Respons Krisis.

ABSTRACT

The Sriwijaya Air SJ-182 plane crash was one of the biggest plane crashes in the last century. It's caused a company crisis because of its negative effects on company's image, operations, and finance. This study aims to analyze Sriwijaya Air's crisis communication messages in response to the SJ-182 plane crash and categorize it into a crisis response strategy based on Situational Crisis Communication Theory.

The method used in this research is descriptive content analysis. The research's object is a crisis communication message delivered by Sriwijaya Air on January 9-17th, 2021, through Twitter account @SriwijayaAir. The data is processed and categorized into crisis response strategies' analysis units; Attack the accuser, denial, scapegoating, excusing, justification, compensation, apology, reminder, ingratiation, and victimage.

The study found that Sriwijaya Air used rebuilding and bolstering crisis response postures. It aims to rebuild the company's image and attract public sympathy. The dominant crisis response strategy is compensation — victimage. The company uses compensation to rebuild stakeholder's trust and show their responsibility. Meanwhile, the victimage strategy is implemented to position themselves as part of the victims to gain public sympathy. For future research, analysis of crisis response strategies better to be used on various media platforms and not limited to Twitter.

Keywords: Aviation Crisis, Crisis Communication, Crisis Response Strategy, Descriptive, Content Analysis, Situational Crisis Communication Theory, Sriwijaya Air.