

Kontroversi Hacker Bjorka: Analisis Isi Kuantitatif Strategi Pemulihan Citra

Anjani Bharata Ajie, Dian Purworini

Universitas Muhammadiyah Surakarta

L100190233@student.ums.ac.id, Dian.purworini@ums.ac.id

Submitted: 15 April 2023, Revised: 02 Juni 2023, Accepted: 15 Juni 2023

ABSTRACT

Cyber Crime in Indonesia in 2022 had a significant increase. One of the cybercrimes was the Bjorka Hacker case. The background of this research is a cybercrime incident committed by Hacker Bjorka against the information security system of the Indonesian government. Hacker Bjorka claimed to have personal data and information of individuals as well as several national organizations. It creates a panic situation among the public. The alleged leak of information makes the Ministry of Communication and Information Technology in the spotlight to be responsible for responding to that crisis situation. Finally, the response of Kominfo becomes very important in this controversy. In order to describe the Kominfo strategy, this research uses quantitative descriptive methods. The population is the statements from Kominfo in response to the Bjorka controversy, that are published in the online media kompas.com in September 2022. The sample is taken by using a purposive sampling method. The results showed that the statements made by Kominfo published by kompas.com were proven to use several strategies for image improvement. The strategies used by Kominfo are denial, corrective action, defeasibility, and minimization. The strategy that is not used is mortification or apologizing.

Keywords: *content analysis; crisis; image restoration theory, reputation*

ABSTRAK

Kejahatan siber di Indonesia tahun 2022 mengalami peningkatan yang signifikan. Salah satu kejahatan siber yang terjadi adalah kasus *Hacker Bjorka*. Latar belakang penelitian ini adalah peristiwa *cybercrime* yang dilakukan oleh *Hacker Bjorka* terhadap sistem keamanan informasi pemerintah Indonesia. *Hacker Bjorka* mengaku telah memiliki data dan informasi pribadi individu maupun beberapa organisasi nasional. Pernyataan tersebut membuat masyarakat panik. Adanya dugaan kebocoran informasi oleh *Hacker Bjorka* membuat Kementerian Komunikasi dan Informatika menjadi sorotan untuk bertanggungjawab dalam memberikan respon atas krisis yang terjadi. Akhirnya, tanggapan Kominfo menjadi sangat penting dalam kontroversi ini. Untuk mendeskripsikan strategi Kominfo, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pernyataan dari Kominfo dalam merespons kontroversi *Hacker Bjorka* yang dimuat di Kompas.com pada bulan September 2022. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan, pernyataan Kominfo yang dimuat di Kompas.com terbukti menggunakan beberapa strategi pemulihan citra. Strategi yang digunakan Kominfo yaitu *Denial*, *Corrective Action*, *Defeasibility*, dan *Minimization*. Strategi yang tidak digunakan adalah *Mortification*.

Kata kunci: analisis isi, krisis, reputasi, teori pemulihan citra

LATAR BELAKANG

Cybercrime atau kejahatan siber merupakan segala bentuk penyalahgunaan teknologi oleh oknum yang tidak bertanggungjawab untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan merugikan orang lain. Indonesia termasuk negara dengan tingkat kasus kejahatan siber yang cukup banyak. Dengan banyaknya kasus kejahatan siber, masyarakat Indonesia merasa tidak aman. Berdasarkan data dari McAfee, 81% masyarakat Indonesia khawatir akan adanya kejahatan siber, khususnya terhadap pencurian data pribadi mereka (Indotelko, 2021). Kejahatan siber termasuk tindakan yang melanggar hukum. Di Indonesia, penegakan hukum untuk kejahatan siber telah diatur dalam UU No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Selain itu semua pihak termasuk TNI, Polri, Badan Siber dan Sandi Nasional, Kominfo, bahkan seluruh masyarakat harus ikut serta dalam upaya menjaga keamanan dan menegakkan hukum.

Kejahatan siber di Indonesia tahun 2022 mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data dari e-MP Robinopsnal Bareskrim Polri tercatat sejumlah 8.831 kasus kejahatan siber terjadi sejak Januari hingga Desember 2022 (Polri, 2022). Salah satu kejahatan siber yang terjadi pada tahun 2022 adalah kasus *Hacker* Bjorka yang melakukan *doxing* atau tindakan untuk memperoleh dan menyebarluaskan informasi pribadi kepada publik tanpa izin pihak terkait melalui internet. Bulan September 2022 Negara Indonesia digemparkan akan sosok Bjorka yang menjadi *trending* topik *Twitter* Indonesia. Seperti yang termuat dalam TribunLombok.com, kronologi awalnya adalah Bjorka mengaku mempunyai data-data warga Indonesia. Pertama kali Bjorka menjadi sorotan yaitu pada Bulan Agustus mengaku memiliki data pegawai Kemenkumham, akan tetapi Humas Kemenkumham mengatakan bahwa datanya tidak mengalami kebocoran. Kemudian pada pertengahan Bulan Agustus 2022 Bjorka menjadi sorotan kembali karena mengaku memiliki 17 juta data pelanggan PLN, dan pada akhir Bulan Agustus 2022 Bjorka mengaku telah memperoleh data masyarakat melalui registrasi SIM Card yang diwajibkan oleh pemerintah. Bjorka juga mengaku memiliki data dari Komisi Pemilihan Umum yang terdiri dari NIK, Kartu Keluarga, nama lengkap, dan lain sebagainya. Kemudian pada tanggal 9 September 2022 Bjorka kembali berulah yaitu mengaku bahwa dirinya memiliki surat rahasia yang ditujukan pada Presiden Joko Widodo, dan mengaku memiliki surat dari Badan Intelijen Negara (Yamananda, 2022).

Selain itu data informasi pribadi milik beberapa pejabat Indonesia juga disebarkan oleh Bjorka. Salah satunya yaitu data pribadi milik Menteri Komunikasi dan Informatika, Jhonny G Plate, berupa informasi NIK, alamat, nomor *handphone*, dan alamat email. Data tersebut dibagikan ke Menkominfo dengan memberikan ucapan selamat ulang tahun pada Hari Sabtu 9 September 2022. Selanjutnya yaitu informasi pribadi Puan Maharani yang dianggap sebagai tokoh yang bertanggungjawab atas kenaikan BBM. Informasi pribadi lainnya yang dibagikan yaitu Erick Thohir dan Denny Siregar. Kemudian Bjorka membagikan informasi pribadi milik Muchdi Purwoanjono yang disebut sebagai pembunuh Munir. Setelah itu Bjorka juga menyebarkan data pribadi milik Tito Karnavian sambil menyinggung kasus Ferdy Sambo. Dan yang terakhir yaitu Anies Baswedan,

informasi pribadinya disebar dengan menyindir banjir dan kemacetan yang melanda Jakarta (Yamananda, 2022).

Ancaman kebocoran data membuat masyarakat menjadi resah. Hal ini karena dengan data pribadi yang bocor, data tersebut dapat digunakan oleh kriminal untuk hal-hal yang merugikan pribadi seseorang. Maka dari itu sistem keamanan dari data-data milik negara maupun pribadi harus dilindungi dengan baik. Peristiwa *Hacker* Bjorka yang menyatakan memiliki data nasional maupun data pribadi, membuat keresahan masyarakat. Hal itu dibuktikan dengan berita *Hacker* Bjorka sempat menjadi *trending* topik di *Twitter* dan menjadi perbincangan oleh masyarakat. Peristiwa tersebut menjadikan pertanyaan di kalangan masyarakat terkait dengan perlindungan data mereka. Kominfo sebagai lembaga pemerintah yang erat kaitannya dengan dunia siber serta memiliki tugas dalam melakukan pencegahan kebocoran data. Sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2014 tentang Pedoman Pertahanan Siber, kekuatan pertahanan nirmiliter khusus ranah siber dalam upaya pembelaan negara diserahkan kepada Kominfo sebagai unsur utama. Berdasarkan peraturan menteri di atas, perlindungan data maupun upaya pencegahan kebocoran data merupakan tugas Kominfo. Apabila peristiwa tidak ditanggapi dengan baik, masyarakat akan mempertanyakan kinerja Kominfo terkait tugasnya dalam melakukan perlindungan data dan hal itu akan merugikan reputasi Kominfo.

Dalam penelitian tentang krisis *United Airlines*, menunjukkan bahwa tindakan korektif penting dalam menghadapi komunikasi krisis yang sedang terjadi (W. Benoit, 2018). Penelitian lain tentang strategi Citibank dalam menghadapi krisis ekonomi di Amerika Serikat, dalam kasus serupa, Citibank banyak menggunakan strategi tindakan korektif, yaitu menunjukkan tentang bagaimana cara untuk memecahkan masalah dan bagaimana cara untuk mencegah krisis terjadi lagi (Weber, 2011). Penelitian lain tentang respon Pemerintah terhadap aksi damai 411 dan 212 Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah cenderung berusaha untuk mengurangi besarnya dampak negatif karena aksi damai. Pemberitaan mengenai pengurangan dampak dari efek krisis pemerintah lebih banyak (Wijayanto & Purworini, 2018). Sedangkan pada penelitian mengenai strategi *image repair* yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna Tbk terhadap peristiwa karyawan pabrik Surabaya yang positif Covid-19 menunjukkan bahwa PT HM Sampoerna Tbk tidak konsisten dalam menggunakan strategi *Reducing Offensiveness*, yang digunakan dalam komunikasi krisis yang bersifat kecelakaan, tantangan, atau situasi kerusakan produk (Ramzy Hasibuan & Irwansyah, 2020).

Hacking merupakan cara yang digunakan oleh seseorang untuk tujuan menyerang suatu sistem, jaringan, dan aplikasi melalui cara mengkesploitasi kelemahan dengan maksud untuk mendapatkan hak akses atas data dan sistem (Utomo, 2019). Dalam kasus krisis perusahaan atau organisasi yang melibatkan orang banyak dalam pelaksanaan dan pengelolaan informasinya, adanya peristiwa *hacking* dapat berpotensi menurunkan kepercayaan terhadap suatu perusahaan atau organisasi, Hal tersebut akan berpengaruh terhadap citra positif atau negatif perusahaan atau organisasi tergantung dengan langkah manajemen krisis yang diambil.

Dalam menghadapi situasi krisis yang sedang terjadi, perlu adanya strategi pengelolaan krisis yang tepat sasaran. Krisis yang dimanajemen dengan baik akan

membawa efek positif kepada perusahaan atau organisasi yang sedang mengalami krisis. Sebaliknya apabila suatu strategi pengelolaan krisis tidak diatur dengan efektif maka akan menimbulkan efek negatif dan dapat berpengaruh pada citra yang dibangun oleh perusahaan atau organisasi. Tindak lanjut dan pemberian respon pengambilan keputusan yang tepat akan sangat berpengaruh pada citra atau reputasi perusahaan (Andryani & Nurdiarti, 2018).

Maka dari itu, penelitian ini penting untuk dapat mengetahui bagaimana strategi *image repair* yang dilakukan Kominfo dalam menghadapi krisis *Hacker* Bjorka. Sampai saat ini belum ada penelitian yang membahas mengenai strategi *image repair* Kominfo dalam mengatasi krisis *Hacker* Bjorka. Data dari penelitian ini diambil dari artikel yang dimuat pada Kompas.com. Pertimbangan mengenai pemilihan Kompas.com yaitu bahwa Kompas.com merupakan media besar di Indonesia dan sudah terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti Kompas.com. Teori dalam penelitian ini yaitu *Image Restoration Theory/Image Repair Theory* (IRT). Teori tersebut dipilih karena permasalahan dalam penelitian ini merupakan krisis yang memengaruhi reputasi atau citra dari Kominfo. Dalam penelitian ini, penggunaan Teori *Image Restoration Theory* ini adalah untuk bisa mengukur strategi respon yang dilakukan oleh Kominfo dalam menghadapi krisis *Hacker* Bjorka. Tujuan penelitian ini, untuk mendeskripsikan strategi *image repair* yang dilakukan oleh Kominfo dalam merespons kasus *Hacker* Bjorka.

Menurut Coombs dalam (Akhyar & Pratiwi, 2019) krisis merupakan peristiwa yang secara tidak terduga dapat mengancam harapan pemangku kepentingan dan mempengaruhi kinerja sehingga menghasilkan *output* yang negatif bagi suatu organisasi. Sedangkan komunikasi krisis merupakan kiat mengumpulkan, memproses, dan menyebarkan informasi untuk menyelesaikan masalah yang terjadi. Sedangkan menurut Steven Fink krisis merupakan suatu situasi yang tidak stabil, sehingga perusahaan perlu untuk menanganinya secara cepat dan tepat melalui pemberian tanggapan maupun mengambil tindakan serta keputusan atas permasalahan yang terjadi (Nugraha & Choerunnisa, 2020).

Menurut (Banks, 2011), komunikasi krisis adalah interaksi yang berlangsung antara organisasi dengan *audiens* sebelum, selama, dan setelah kejadian yang bersifat negatif. Strategi dan taktik diperlukan untuk meringankan dan menghilangkan krisis supaya suatu perusahaan dapat memiliki citra atau reputasi yang lebih positif. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi krisis terjadi tanpa bisa diprediksi yang dapat mempengaruhi reputasi atau citra dari suatu perusahaan atau organisasi. Beberapa langkah perlu untuk dilakukan untuk mengurangi atau menghilangkan dampak negatif dari suatu peristiwa melalui respon tindakan yang diambil dan diputuskan secara cepat dan tepat.

Image Restoration Theory atau teori *image repair* merupakan teori yang intinya menjelaskan tentang penggunaan seperangkat strategi pemulihan citra untuk tujuan memperbaiki kerusakan reputasi atas krisis yang terjadi. Benoit mengatakan bahwa terdapat 5 strategi yaitu *denial, evasion responsibility, reducing the offensiveness of the fact, corrective action, and mortification* (Coombs & Schmidt, 2009). Pendapat lain menurut Kriyantono (2014) *Image Restoration Theory* membahas mengenai cara

korporasi dalam menyelesaikan suatu krisis tertentu yang dapat mempengaruhi citra atau reputasi ke arah buruk (Jason, 2021).

Benoit mengatakan bahwa terdapat 5 strategi untuk melakukan restorasi citra. *Denial* merupakan strategi restorasi citra melalui langkah penyangkalan terhadap *statement* yang belum tentu bisa dibuktikan secara nyata. *Denial* terdiri dari dua yaitu *simple denial* (memberikan penyangkalan sederhana) dan *shift the blame* (penyangkalan disertai menyalahkan organisasi lainnya. Strategi kedua ada *Evasion of Responsibility* yaitu strategi restorasi citra yang berusaha meminimalisir tanggungjawab dalam suatu krisis. Terdapat 4 cara yang dapat digunakan yaitu *provokasi* (beralasan karena memberikan respon atas tindakan pihak lain), *good intension* yaitu pernyataan bahwa organisasi memiliki niat yang baik tetapi tidak maksimal, *accidents* yaitu kecelakaan, dan *defeasibility* yaitu menyatakan bahwa kekurangan informasi (Jason, 2021).

Kemudian strategi restorasi citra yang ketiga adalah *Reducing Offensiveness* yaitu strategi yang digunakan untuk mengupayakan pengurangan dampak negatif dan citra. Strategi ini memiliki beberapa cara diantaranya *Bolstering* adalah strategi mengingatkan kembali ingatan di masa lalu dengan tujuan kesalahan saat ini dapat dimaklumi. *Minimalization* yaitu strategi yang berupaya meminimalisir serangan dari pihak lain dengan memberikan keterangan bahwa krisis hanya berdampak pada hal kecil saja. *Differentiation* strategi restorasi citra dengan mencari pembanding serupa. *Transcendence* yaitu strategi yang mengarahkan dan mengartikan suatu krisis kepada hal yang menguntungkan. *Attack accuser* yaitu strategi dengan melibatkan pihak lain untuk ditantang dan mengurangi kredibilitasnya. *Compensation* yaitu strategi dengan melakukan ganti rugi atas kekecewaan dari krisis yang terjadi.

Strategi yang keempat adalah *corrective action* yaitu strategi yang mengupayakan perbaikan atas krisis yang terjadi dan berupaya menghindari terjadinya kembali krisis di masa depan. Strategi kelima ada *mortification* yaitu strategi restorasi citra dengan memberikan pengakuan bersalah dan secara penuh bersedia untuk bertanggungjawab disertai dengan permohonan maaf dan penyesalan (Coombs & Schmidt, 2009).

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan yaitu penelitian oleh (Rios, 2010), hasil menunjukkan bahwa Duke University's menggunakan strategi *image repair* akan tetapi terlambat dalam memberikan respons terhadap kasus yang terjadi. Kemudian penelitian lain oleh (Carmack, 2020), menunjukkan CoxHealth dalam menghadapi krisis *brain over-radiation* menggunakan strategi *image repair* untuk memberikan keterangan bahwa kesalahan yang terjadi bukan dari rumah sakit dan fisikawan. Kemudian penelitian selanjutnya oleh (Retno Pamudarsih, 2021), menunjukkan bahwa Pemerintah Venezuela menggunakan strategi *image repair* untuk merespons krisis sabotase pembangkit listrik yang diduga dilakukan oleh Amerika Serikat untuk mengacaukan Venezuela pada pemerintahan Nicolas Maduro. Dari beberapa penelitian diatas dapat diketahui bahwa pada saat krisis terjadi, penting bagi setiap perusahaan atau instansi untuk memberikan respons untuk bisa melindungi atau menyelamatkan citra perusahaan atau instansi tersebut. Hal inilah yang menjadikan penelitian ini penting untuk mendeskripsikan strategi *image repair* yang dilakukan oleh Kominfo dalam merespons kasus *Hacker Bjorka*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode tersebut untuk melihat gambaran dari fenomena *Hacker* Bjorka, mendeskripsikan temuan secara sistematis, dan menarik simpulan yang bersifat objektif dari data faktual penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan positivistik. Pendekatan positivistik sesuai dengan penelitian ini karena mengharuskan adanya kebenaran yang pasti berupa kesimpulan yang dapat diukur, diobservasi, dan diverifikasi.

Metode analisis isi sesuai dengan pemilihan media oleh peneliti yaitu media *online* karena akan melihat dan menganalisa isi yang tampak melalui media tersebut. Aspek tersebut akan mulai terlihat ketika melakukan proses *coding*. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua berita yang termuat di media online Kompas.com berkaitan dengan *Hacker* Bjorka pada bulan September 2022. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling*. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan strategi *image repair* yang dilakukan oleh Kominfo dalam merespons kasus *Hacker* Bjorka. Melalui teknik analisis isi, peneliti menginginkan untuk bisa mengetahui seperti apa respon Kominfo dalam menanggapi krisis yang terjadi melalui sebuah media *online*.

Penelitian ini menggunakan jenis unit analisis pencatatan. Unit pencatatan yang digunakan yaitu unit tematik. Unit tematik dipilih peneliti karena unit tersebut perlu untuk melihat pesan apa yang disampaikan melalui teks. Pentingnya dari teknik ini yaitu untuk perhitungan, pencatatan, dan analisis. Penentuan unit analisis dari teks yang dilihat dan akhirnya menemukan hasil atau temuan dari penelitian.

Uji Validitas penelitian ini menggunakan validitas isi. Hal itu dikarenakan dalam penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa indikator untuk melakukan pengukuran. Reliabilitas yang digunakan yaitu reliabilitas antar-coder, untuk menghitung nilainya menggunakan rumus Holsti.

$$CR = 2M/N1+N2$$

Keterangan:

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah sampel yang disetujui oleh coder kedua dan peneliti

N1 = Jumlah sampel yang disetujui oleh coder kedua

N2 = Jumlah sampel yang disetujui oleh peneliti

Peneliti telah mengumpulkan artikel berita Kompas yang berkaitan dengan Kominfo dalam menghadapi krisis *Hacker* Bjorka. Peneliti menemukan 27 artikel berita yang membahas secara spesifik respon Kominfo terhadap krisis yang terjadi. Teknik statistik deskriptif akan digunakan untuk menjabarkan data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan pengujian data dari analisis yang dilakukan terhadap kebijakan komunikasi krisis Kominfo dalam merespons berita terkait *Hacker* Bjorka yang dimuat dalam Kompas.com periode September 2022. Penyajian data yang dituliskan dalam bentuk tabel bertujuan agar memudahkan pembaca dalam memahami hasil analisis data penelitian. *Image restoration theory* menurut Benoit banyak digunakan dalam melakukan analisis kasus yang berkaitan dengan bidang komunikasi krisis, sehingga kategorisasi data berkaitan dengan teori tersebut.

Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan langkah pertama yang perlu dilakukan untuk menjabarkan hasil temuan dengan cara deskriptif. Agar mudah untuk dipahami, data hasil uji validitas dan reliabilitas disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Hasil temuan sebanyak 27 artikel dari Kompas.com yang telah diklasifikasikan pada lima strategi *image restoration theory* Benoit.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Pemberitaan Kompas.com

| Strategi Respon | Frekuensi | Presentase |
|----------------------------------|-----------|------------|
| <i>Denial</i> | 11 | 40,7% |
| <i>Evasion of Responsibility</i> | 1 | 3,8% |
| <i>Reducing Offensiveness</i> | 4 | 14,8% |
| <i>Corrective Action</i> | 11 | 40,7% |
| <i>Mortification</i> | 0 | 0% |
| Total | 27 | 100% |

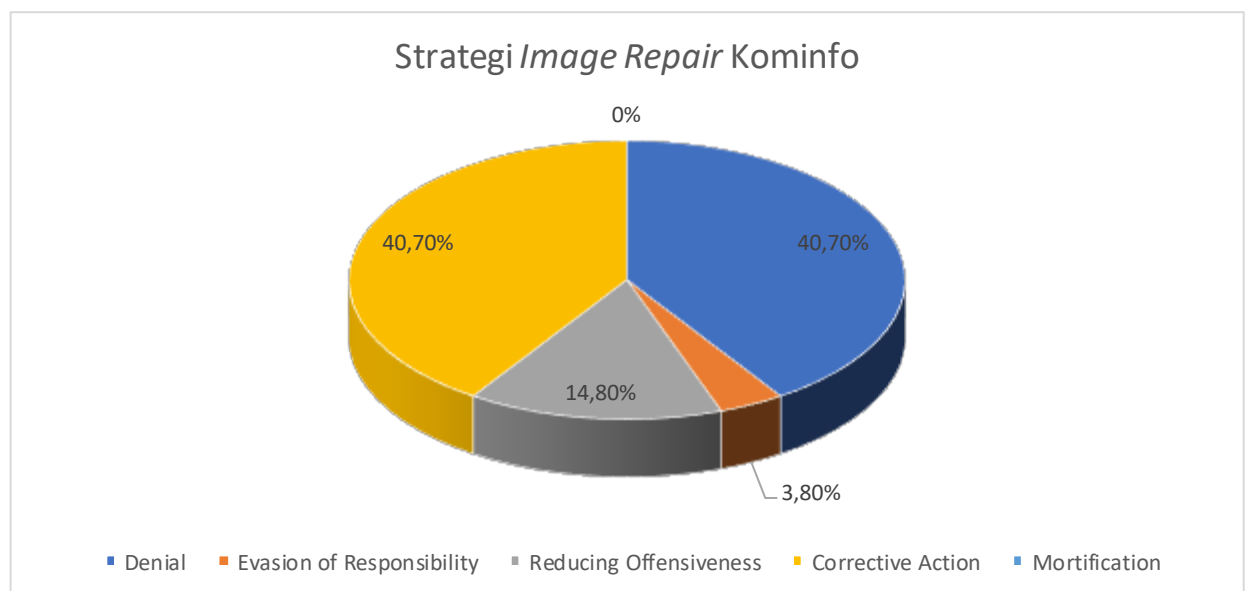
Dari tabel distribusi frekuensi pemberitaan yang termuat dalam Kompas.com diatas, strategi *Denial* dan strategi *Corrective Action* memiliki jumlah frekuensi artikel yang sama besar yaitu masing-masing 11 artikel dengan presentase 40,7%. Selanjutnya strategi *Evasion of Responsibility* terdapat 1 artikel dengan presentase 3,8%. Kemudian strategi *Reducing Offensiveness* terdapat 3 artikel dan memiliki presentase 33%. Dan yang terakhir yaitu strategi *Mortification* yang memiliki frekuensi dan presentase sejumlah 0% artinya tidak ada strategi *Mortification* yang termuat dalam artikel berita Kompas.com.

Tabel 2. Temuan Strategi Respon

| Strategi Respon | Contoh | Frekuensi (Persen) |
|---|--|--------------------|
| <i>Denial</i> | | |
| - <i>Simple Denial</i> | Namun, pihak-pihak Ring 1 alias stakeholder utama dalam masalah ini, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), serta operator seluler sudah membantah adanya kebocoran data tersebut. | 9 (33,3%) |
| - <i>Shifting the Blame</i> | "Yang tidak mengerti undang-undang dan yang melanggar undang-undang itu yang salah," kata Johnny kepada wartawan, Rabu (7/9). | 2 (7,4%) |
| <i>Evasion of Responsibility</i> | | |
| - <i>Defeasibility</i> | Saling "lempar - melempar" tanggung jawab sempat terjadi pada saat penanganan dugaan kebocoran data yang dilakukan Bjorka. Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Johnny G. Plate dalam rapat dengan Komisi 1 DPR RI menyebutkan bahwa serangan siber dan insiden kebocoran data yang terjadi | 1 (3,8 %) |

| | | |
|-------------------------------|---|------------|
| | belakangan ini adalah tugas dan fungsi (tupoksi) Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN), bukan Kementerian Kominfo. | |
| Reducing Offensiveness | | |
| - <i>Minimization</i> | "Di rapat dibicarakan bahwa memang ada data-data yang beredar salah satunya oleh Bjorka. Tetapi, data-data itu setelah ditelaah, sementara adalah data-data yang sifatnya umum," ujar Johnny G Plate. | 4 (14,8%) |
| Corrective Action | Johnny mengatakan, dalam rangka menjaga kepercayaan publik atas kasus kebocoran data di Indonesia ini, Johnny mengatakan bahwa akan ada tim yang disebut dengan "emergency response team". "Jadi akan ada emergency response team dari BSSN, Kominfo, Polri, dan BIN untuk melakukan asesmen-asesmen berikutnya," kata Johnny, dikutip dari laman resmi Sekretariat Kabinet (Setkab), Selasa (13/9/2022). | 11 (40.7%) |
| | "Pemerintah dalam hal ini Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) akan melaksanakan pengawasannya terhadap penyelenggaraan tata kelola data pribadi di segenap Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE)," tutur Johnny ditemui di Kompleks Parlemen Senayan, Jakarta, Selasa (20/9/2022). | |
| | "Pengaturan dalam undang-undang PDP akan mejadikan perlindungan data pribadi yang kuat sebagai kebiasaan baru, new habit di masyarakat seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang pesat," kata Johnny usai RUU PDP disahkan dalam rapat paripurna DPR, Selasa (20/9/2022). | |
| Mortification | - | 0 (0%) |

N = 27 (100%)



Gambar 1. Diagram Lingkaran Strategi *Image Repair* Kominfo

Sumber: Analisis Data 2023

Uji Statistik

Output data statistik yang diperoleh dengan menggunakan pengolahan data melalui software IBM SPSS Statistics versi 22 adalah di bawah ini:

Tabel 3. Output SPSS Uji Statistik

| | | |
|----------------|---------|-------|
| N | Valid | |
| | Missing | 0 |
| Mean | | 5,40 |
| Median | | 4,00 |
| Mode | | 11 |
| Std. Deviation | | 5,320 |

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan IBM SPSS Statistics versi 22 untuk strategi respon diatas, diperoleh hasil distribusi data yaitu nilai rata rata atau mean 5,40, nilai tengah data data atau median 4,00, nilai yang paling sering muncul atau modus yaitu 11, dan nilai standar deviasi 5,320. Standar deviasi digunakan untuk melihat tingkat variasi data. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata atau *mean*. Berarti bahwa data yang digunakan kurang variatif. Sedangkan untuk tabel frekuensi diperoleh hasil sebagai berikut:

Strategi Respons

Tabel 4. Output SPSS Uji Statistik

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 0 | 1 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| 1 | 1 | 20,0 | 20,0 | 40,0 |
| 4 | 1 | 20,0 | 20,0 | 60,0 |
| 11 | 2 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| Total | 5 | 100,0 | 100,0 | |

Berdasarkan tabel di atas, jumlah seluruh artikel dari media online Kompas.com sejumlah 27 berita yang semuanya diinput kedalam analisis. Hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat data yang hilang atau *missing* sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut valid 100%.

Chi-Square Test

Strategi Kominfo yang mengelola krisis kasus Hacker Bjorka, dengan menggunakan 5 strategi dari *image restoration theory*. Apakah terdapat perbedaan proporsi Kominfo dalam menerapkan kelima strategi *image restoration theory*?

Tabel 5. Strategi Image Repair

| | Observed N | Expected N | Residual |
|---------------------------|------------|------------|----------|
| Denial | 11 | 6,8 | 4,3 |
| Evasion of Responsibility | 1 | 6,8 | -5,8 |
| Reducing Offensiveness | 4 | 6,8 | -2,8 |
| Corrective Action | 11 | 6,8 | 4,3 |
| Total | 27 | | |

Tabel 6. Test Statistics

| | Strategi Image Repair |
|-------------|-----------------------|
| Chi-Square | 11,370 ^a |
| df | 3 |
| Asymp. Sig. | ,010 |

a. 0 cells (0,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 6,8.

Hipotesis :

H_0 = Terdapat perbedaan proporsi Kominfo dalam menerapkan strategi *image restoration theory*

H_1 = Tidak terdapat perbedaan proporsi Kominfo dalam menerapkan strategi *image restoration theory*

Berdasarkan perbandingan Chi-Square dan tabel

Jika Chi-Square hitung < Chi-Square tabel maka H_0 diterima

Jika Chi-Square hitung > Chi-Square tabel maka H_0 ditolak

Chi-Square hitung pada SPSS = 11,370

Chi-Square tabel $\alpha = 5\%$, $df = 3 = 7,814$

Oleh karena Chi-Square hitung > Chi-Square tabel, maka **H_0 ditolak (11,370 > 7,814)**

Berdasarkan probabilitas

Jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima

Jika probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak

Terlihat dari kolom Asymp. Sig/Asymptotic significance = 0,010, atau probabilitas dibawah 0,05 (**0,01 < 0,05**) maka **H_0 ditolak**

Dari kedua analisa tersebut, dapat diambil kesimpulan yaitu H_0 ditolak atau tidak terdapat perbedaan proporsi Kominfo dalam menerapkan strategi *image restoration theory*.

Diskusi

Peristiwa peretasan oleh *Hacker* Bjorka menjadi peristiwa yang banyak diperbincangkan di Indonesia melalui media sosial. Beberapa media nasional memberikan informasi terkait dengan kasus ini. Peristiwa ini menjadikan salah satu lembaga di Indonesia harus terlibat bahkan menjadi sorotan utama terkait kasus peretasan oleh *Hacker* Bjorka. Kominfo harus memberikan keterangan dan melakukan beberapa upaya untuk menghadapi dampak dari peretasan tersebut kepada citra perusahaan Kominfo. Melalui hal ini, Kominfo perlu untuk memilih strategi komunikasi krisis yang tepat dalam menghadapi kasus tersebut supaya tidak berdampak pada sesuatu yang lebih besar, terutama bagi reputasi perusahaan Kominfo.

Terjadinya krisis komunikasi yang berkaitan dengan reputasi perusahaan perlu untuk ditangani dengan baik. Melalui strategi pemulihan citra atau biasa disebut dengan *Image Repair Theory* oleh William L. Benoit, ini merupakan teori yang berusaha mengatasi krisis dengan upaya-upaya yang dapat memperbaiki citra atau reputasi dari suatu perusahaan (Akhyar & Pratiwi, 2019). Teori ini bertujuan agar dapat memulihkan citra positif perusahaan dengan langkah pemilihan pesan berupa respons terhadap krisis yang terjadi. Langkah ini bermaksud agar reputasi dari perusahaan dapat diperbaiki atau bahkan dikembalikan sehingga dapat mempertahankan perusahaan.

Penelitian ini menganalisis 27 artikel berita yang memuat strategi pemulihan citra Kominfo dalam merespons krisis *Hacker* Bjorka melalui media online yaitu Kompas.com pada bulan September 2022. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana respons krisis yang diambil Kominfo dalam menanggapi krisis tersebut. Hasil temuan berdasarkan Kompas.com menunjukkan bahwa Kominfo lebih banyak menggunakan

strategi *Denial* dan *Corrective Action*. Selain itu Kominfo juga menggunakan strategi lain seperti *evasion of responsibility* dan *reducing offensiveness*.

Kategori denial melalui simple denial dan shifting the blame

Denial merupakan salah satu strategi *image restoration theory* yang dikemukakan oleh William L. Benoit. Dalam kategori Denial ini dibagi menjadi dua yaitu *simple denial* dan *shift the blame*. *Simple Denial* berupa strategi untuk melakukan penyangkalan atau membantah pernyataan yang diterima untuk menghindari tuduhan atas krisis yang terjadi. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa dalam memberikan respon krisis, Kominfo melakukan strategi *simple denial* sebanyak 33,3% dengan jumlah 9 artikel berita yang termuat dalam Kompas.com bulan September 2022.

Kominfo melakukan penyangkalan atas informasi bahwa pihaknya mengalami kebocoran data. Hal ini dilakukan untuk menghindari tuduhan dan melindungi reputasi dari krisis yang terjadi. Kominfo secara cepat menanggapi tuduhan yang terjadi melalui upaya penyangkalan. Kondisi ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rios, 2010). Penyangkalan dilakukan oleh *Duke University's* untuk melindungi pemain Lacrosse. Namun pihak *Duke University's* terlambat dalam memberikan respons terhadap kasus yang terjadi. Kondisi ini juga menguatkan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa memberikan informasi krisis secepat mungkin dianggap lebih positif dan mengurangi kerusakan reputasi (Arpan & Roskos-Ewoldsen, 2005).

Kemudian yang kedua ada kategori denial melalui *shift the blame*. Strategi respon ini merupakan strategi untuk melakukan penyangkalan atas tuduhan yang diberikan disertai dengan mengalihkan kesalahan kepada pihak lain. Dari hasil analisis, dapat dilihat bahwa strategi *denial* untuk *shift the blame* ini berjumlah 7,4% dengan jumlah 2 berita yang termuat.

Pernyataan yang diungkapkan pihak Kominfo tersebut termasuk pada kategori *denial* melalui *shift the blame* karena melakukan penyangkalan disertai dengan mengalihkan tuduhan kepada pihak yang lain. Situasi krisis tersebut menguatkan penelitian sebelumnya yaitu krisis yang terjadi pada krisis CoxHealth dalam menghadapi krisis *brain over-radiation*. CoxHealth memberikan keterangan bahwa kesalahan yang terjadi bukan kesalahan dari rumah sakit dan fisikawan akan tetapi dikarenakan kesalahan dari pihak FDA atau *Food and Drug Administration's* (Carmack, 2020). Penelitian ini juga menguatkan penelitian tentang krisis Pemerintah Venezuela yang melemparkan kesalahan kepada pihak yang lain, yaitu memberikan keterangan bahwa Amerika Serikat melakukan sabotase pembangkit listrik untuk mengacaukan Venezuela pada masa pemerintahan Nicolas Maduro (Retno Pamudarsih, 2021).

Kategori evasion of responsibility melalui Defeasibility

Strategi Kominfo untuk menghadapi krisis selanjutnya adalah *evasion of responsibility* atau upaya menghindari tanggung jawab. Hasil dari analisis yang dilakukan pada Kompas.com periode September 2022 menunjukkan sebanyak 3,8% dengan jumlah 1 berita yang menunjukkan bahwa Kominfo melakukan penghindaran tanggung jawab karena kurangnya informasi dan ketidakmampuan yang memadai pada krisis yang terjadi (Kriyantono, 2015).

Penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya oleh (W. L. Benoit, 2006) mengenai krisis Presiden Bush. Hasil penelitian menunjukkan, apabila suatu pihak yang mengalami krisis tidak dapat disalahkan karena kekurangan informasi dan kekuatan, *defeasibility* menjadi alternatif pilihan yang baik. Penelitian ini juga memberikan tambahan pada penelitian sebelumnya (W. L. Benoit & Henson, 2009). Hasil menunjukkan bahwa pada krisis Badai Katrina, Presiden Bush menolak untuk mengakui kesalahan dan konsisten menggunakan *defeasibility* karena ketidakmampuan.

Kategori reducing offensiveness melalui Minimization

Strategi selanjutnya adalah *reducing offensiveness* atau mengurangi serangan untuk tujuan mengurangi dampak negatif dan menciptakan citra positif pada suatu perusahaan yang mengalami krisis. *Minimization* merupakan strategi mengurangi dampak negatif dengan memberikan keterangan kepada khalayak bahwa krisis yang terjadi tidak begitu merugikan. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Kominfo menggunakan strategi *reducing offensiveness* melalui *minimization* sebanyak 14,8% dengan jumlah 4 berita yang memuat strategi tersebut.

Penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya oleh George (2012). Hasil menunjukkan bahwa *Minimization* juga digunakan oleh Toyota dalam menangani krisis dengan menarik seluruh produk karena akselerasi yang tiba-tiba berubah dan berpotensi kecelakaan (Diulio & Arendt, 2018). Penelitian ini juga menambahkan penelitian sebelumnya tentang Gubernur Chris Christie dalam memperbaiki citra penutupan jembatan George Washington. *Minimization* menjadi strategi yang menarik karena Chris Christie berusaha menurunkan ekspektasi dengan tidak menjanjikan dalam upaya mewujudkan pemerintahan yang sempurna (W. L. Benoit, 2015).

Kategori corrective action

Corrective action adalah strategi yang mengupayakan perbaikan atas kerusakan dan pencegahan pengulangan terjadinya krisis. Hal itu dilakukan dengan melakukan tindakan-tindakan nyata yang akan dilakukan untuk melakukan perbaikan dan pencegahan yang telah dijanjikan. Dari hasil analisis data, Kominfo menggunakan strategi *corrective action* dengan presentase sebanyak 40,7% yaitu sejumlah 11 berita yang termuat dalam Kompas.com. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *corrective action* menjadi strategi yang sama besarnya dengan strategi pertama yaitu *denial* dengan masing-masing sejumlah 11 artikel berita.

Kominfo melakukan beberapa tindakan sebagai upaya dalam mengatasi krisis yang terjadi. Sesuai dengan kutipan berita di atas yaitu melalui upaya kerjasama dengan pemerintah dalam membentuk tim gabungan, melakukan upaya perlindungan melalui pengawasan PSE atau Penyelenggara Sistem Elektronik, dan melakukan pengesahan RUU PDP sebagai upaya perlindungan data. Penelitian ini menguatkan penelitian sebelumnya mengenai Deutsche Telekom, tindakan korektif atau *corrective action* menjadi strategi perbaikan citra yang paling banyak digunakan untuk memberikan informasi mengenai kerangka menyeluruh tindakan yang akan dilakukan atas krisis kepada *stakeholder* dan mengubah situasi krisis menjadi peluang dalam melakukan pembaharuan (Maiorescu, 2016). Strategi *corrective action* terjadi ketika perusahaan menjanjikan rencana untuk mengatasi masalah dan mencegah masalah serupa di masa depan (Gribas et al., 2018) dan membantu organisasi untuk fokus pada perubahan serta memastikan krisis tidak akan pernah terjadi lagi (Caldiero et al., 2009).

Kategori Mortification

Mortification merupakan strategi krisis dengan menyatakan kesediaan untuk bertanggungjawab, menyampaikan penyesalan dan permohonan maaf. Pada krisis Notre Dame, Presiden Jenkins menyampaikan penyesalan atas kesalahan yang dilakukan disertai dengan tindakan korektif terkait kesalahannya dalam mematuhi protokol kesehatan, dan tidak memberikan contoh yang baik sebagai pemimpin (Spradley, 2020). Penelitian lain oleh (Coombs & Schmidt, 2000) menunjukkan bahwa pada krisis tersebut strategi *mortification* menjadi strategi yang lebih efektif daripada strategi lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi *mortification* merupakan strategi yang cukup penting dan dapat menjadi pilihan strategi yang dapat digunakan oleh instansi atau perusahaan dalam memberikan respons atas krisis yang terjadi. Namun dari hasil analisis

data pada artikel berita Kompas.com yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Kominfo tidak menggunakan strategi *mortification* sebagai bentuk menghadapi krisis.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memberikan respons pada krisis *Hacker*, Bjorka, Kominfo paling dominan menggunakan strategi *Denial* dan *Corrective Action* dengan jumlah dalam presentase 40,7%. Strategi lain yang digunakan adalah *Evasion of Responsibility* dengan *Defeasibility*, hasil yang ditunjukkan sebanyak 3,8% dan *Reducing Offensiveness* dengan *Minimization* sebanyak 14,8%. Sedangkan pada penelitian ini 0% sama sekali tidak ditemukan *Mortification*.

Kominfo menggunakan strategi *Denial* untuk memberikan keterangan atas informasi yang tidak tepat tentang mereka. Kemudian Kominfo menggunakan strategi *Corrective Action* sebagai upaya untuk menindaklanjuti krisis dan mencegah kerusakan reputasi Kominfo melalui tindakan-tindakan untuk memperbaiki situasi serta mencegah terjadinya peristiwa serupa di masa depan. Sedangkan *Mortification* tidak digunakan oleh Kominfo karena krisis yang terjadi bukan kesalahan dari Kominfo, melainkan serangan *cyber* yang dilakukan oleh *Hacker* Bjorka, sehingga Kominfo tidak merasa bersalah atau menyampaikan permintaan maaf atas krisis yang terjadi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada kedalaman analisis data karena hanya mengambil data dari artikel berita Kompas.com. Penelitian ini tidak mempertimbangkan media lain seperti media cetak yang memiliki tingkat akurasi pemberitaan yang lebih akurat karena keterbatasan akses menuju Kompas.com. Penelitian selanjutnya perlu untuk mempertimbangkan media cetak, televisi, atau melalui *platform* lainnya. Karena *Denial* dan *Corrective Action* menjadi strategi yang paling dominan digunakan, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dapat menganalisis bagaimana keefektifan dari upaya-upaya *Image Restoration Theory* yang dilakukan Kominfo setelah krisis ini terjadi dalam memperbaiki reputasi Kominfo. Tentu penelitian yang akan dilakukan perlu mengkaji dan menguasai lebih dalam mengenai penerapan *Image Restoration Theory* oleh instansi atau organisasi, sehingga dapat menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, khususnya untuk Bapak/Ibu Dosen Pembimbing dan Universitas Muhammadiyah Surakarta atas informasi dan bimbingannya, sehingga selesainya penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, D. M., & Pratiwi, A. S. (2019). Media Sosial Dan Komunikasi Krisis: Pelajaran Dari Industri Telekomunikasi Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 11(1), 35–52.
<http://ejournals.umh.ac.id/index.php/FIKOM>
<http://ejournals.umh.ac.id/index.php/FIKOM/about>
- Andryani, K., & Nurdiarti, R. (2018). *Pengelolaan Manajemen Krisis Oleh Humas Pada Instansi Kesehatan Di Wilayah Yogyakarta Tahun 2017* *Managing Of Crisis Management*

- At Public Relations Health Institution In Yogyakarta.* 3(2).
<https://doi.org/10.21111/ettisal.v3i1.1930>
- Arpan, L. M., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2005). Stealing thunder: Analysis of the effects of proactive disclosure of crisis information. *Public Relations Review*, 31(3), 425–433.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.05.003>
- Banks, K. F. (2011). *Crisis Communication A Casebook Approach 4th Edition*.
- Benoit, W. (2018). Crisis and Image Repair at United Airlines: Fly the Unfriendly Skies. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, 1(1), 11–26.
<https://doi.org/10.30658/jicrcr.1.1.2>
- Benoit, W. L. (2006). President bush's image repair effort on meet the press: The complexities of defeasibility. *Journal of Applied Communication Research*, 34(3), 285–306.
<https://doi.org/10.1080/00909880600771635>
- Benoit, W. L. (2015). Bully or Dupe?: Governor Chris Christie's Image Repair on the Bridge Lane Closure Scandal. *Speaker & Gavel Article*, 52(2), 54–67.
- Benoit, W. L., & Henson, J. R. (2009). President Bush's image repair discourse on Hurricane Katrina. *Public Relations Review*, 35(1), 40–46.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2008.09.022>
- Caldiero, C. T., Taylor, M., & Ungureanu, L. (2009). Image repair tactics and information subsidies during fraud crises. *Journal of Public Relations Research*, 21(2), 218–228.
<https://doi.org/10.1080/10627260802557589>
- Carmack, H. J. (2020). Hospital Image Repair Strategies, Organizational Apology, and Medical Errors: An Analysis of the CoxHealth Brain Over-Radiation Case. *Health Communication*, 35(12), 1466–1474. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1652071>
- Coombs, T., & Schmidt, L. (2000). Journal of Public Relations An Empirical Analysis of Image Restoration: Texaco's Racism Crisis. *Journal of Public Relations Research*, 12(2), 163–178.
- Coombs, T., & Schmidt, L. (2009). Journal of Public Relations An Empirical Analysis of Image Restoration: Texaco's Racism Crisis. *Journal of Public Relations Research*, 12(2), 163–178. <https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1202>
- Diulio, A., & Arendt, C. E. (2018). #CancelTheDuggars and #BoycottTLC: Image repair or exploitation in reality television. *Public Relations Review*, 44(2), 224–235.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.12.001>
- Gribas, J., DiSanza, J., Legge, N., & Hartman, K. (2018). Organizational Image Repair Tactics and Crisis Type: Implications for Crisis Response Strategy Effectiveness. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, 1(2), 225–252.
<https://doi.org/10.30658/jicrcr.1.2.3>
- Indotelko. (2021). 80% masyarakat Indonesia khawatir dengan kejahatan siber.
<https://www.indotelko.com/read/1612388874/80-indonesia>
- Jason, R. E. (2021). Implementasi Image Restoration Theory Dalam Film Hancock. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 150–168.
<https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.6417>
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif*.
- Maiorescu, R. D. (2016). *application of the image repair discourse. 2008*.
- Nugraha, A. R., & Choerunnisa, S. (2020). Strategi Manajemen Krisis Humas Pln Uid Jabar Dalam Menangani Blackout Jaringan Jawa Bagian Tengah. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 137–150. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1136>
- Polri, P. B. (2022). *Kejahatan Siber di Indonesia Naik Berkali-kali Lipat*.
https://pusiknas.polri.go.id/detail_artikel/kejahatan_siber_di_indonesia_naik_berkali-kali_lipat#:~:text=TINDAK pidana kejahatan siber naik,Januari hingga 22 Desember 2022.
- Ramzy Hasibuan, M., & Irwansyah, I. (2020). Strategi Image Repair PT HM SAMPOERNA TBK Pada Peristiwa 'Karyawan Pabrik Surabaya Positif Covid-19.' *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 1–18. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss1.art1>
- Retno Pamudarsih, D. (2021). *Strategi Image Repair Pemerintah Venezuela Dalam Menghadapi Krisis Venezuela (Analisis Isi Kuantitatif Media Online Kompas . Com Dan*. 1–29. <http://eprints.ums.ac.id/91135/>

- Rios, M. E. L. (2010). Image Repair Strategies, Local News Portrayals And Crisis Stage: A Case Study Of Duke University's Lacrosse Team Crisis. *International Journal of Strategic Communication*, 4(4), 267–287. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2010.515534>
- Spradley, R. T. (2020). Image Restoration for University Leaders' Public Health COVID-19 Response: A Case Study of Notre Dame. *International Research Journal of Public Health*, 47. <https://doi.org/10.28933/irjph-2020-10-0906>
- Utomo, G. A. (2019). *Ethical Hacking* (Vol. 2, Issue 1). www.cyberriskanalytics.com
- Weber, M. (2011). Corporate Reputation Management: Citibank's Use Of Image Restoration Strategies During The U.S. Banking Crisis. In *Journal of Organizational Culture* (Vol. 15, Issue 2).
- Wijayanto, T. D., & Purworini, D. (2018). *Respon Pemerintah pada Aksi Damai 411 dan 212*.
- Yamananda, I. (2022). *Kronologi Viralnya Bjorka: Klaim Punya Data Kemenkumham Hingga Sebar Info Pribadi Johnny G Plate*. 13 September. <https://lombok.tribunnews.com/2022/09/13/kronologi-viralnya-bjorka-klaim-punya-data-kemenkumhan-hingga-sebar-info-pribadi-johnny-g-plate?page=all>