

ABSTRAK

Ilyasa Mochammad Rifqi : Implementasi Manajemen Krisis Dinas Kesehatan Kota Bandung Untuk Mengembalikan Kepercayaan Publik Terhadap Vaksin Covid-19

Manajemen krisis merupakan upaya yang dilakukan oleh suatu instansi yang sedang tertimpa suatu masalah, ataupun musibah, yang mengancam keberlangsungan serta kelancaran operasional suatu instansi. Seorang humas, dalam hal manajemen krisis memiliki peran vital menjadi penasihat bagi para *top management* untuk bisa mengambil keputusan terkait langkah apa saja yang akan diambil dalam rangka menyelamatkan perusahaan dari krisis yang menimpa perusahaan. Dinas Kesehatan Kota Bandung, tengah melakukan berbagai upaya untuk bisa keluar dari krisis kepercayaan publik dari masyarakat pada vaksin covid-19 yang beredar luas di Indonesia pada saat ini. Humas Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam situasi seperti saat ini menampakkan eksistensinya dalam upaya penanganan krisis dengan terus berkoordinasi dengan berbagai pihak untuk terus mengedukasi masyarakat agar mereka kembali percaya dan mau menerima vaksin covid-19.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana implementasi manajemen krisis yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam rangka upaya mengembalikan kepercayaan publik pada vaksin covid-19 dengan mengacu pada konsep *four steps public relations* yang di kemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom, yang didalamnya terdiri dari penemuan fakta di lapangan (*fact finding*), perencanaan dan pemrograman (*planning and programming*), melakukan aksi dan komunikasi (*taking action and communication*), dan evaluasi (*evaluating*).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Selain itu, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, dan teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa manajemen krisis dalam upaya mengembalikan kepercayaan masyarakat pada vaksin covid-19 sesuai dengan konsep *four steps public relations* yaitu pertama tahap pencarian dan pengumpulan, data, serta evaluasi melalui pengumpulan perubahan opini publik, kedua adalah tahap perencanaan dan pemrograman yang meliputi perencanaan penanganan isu negatif, ketiga adalah mengambil langkah dan komunikasi melalui penyebaran informasi untuk mengedukasi masyarakat.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat, Manajemen Krisis, Kepercayaan Publik

ABSTRACT

Ilyasa Mochammad Rifqi: Implementation of Crisis Management of the Bandung City Health Office to Restore Public Trust in the Covid-19 Vaccine

Crisis management is an effort made by an agency that is being hit by a problem, or disaster, that threatens the sustainability and smooth operation of an agency. A publicist, in terms of crisis management, has a vital role as an advisor for top management to be able to make decisions regarding what steps will be taken in order to save the company from the crisis that has befallen the company. The Bandung City Health Office is making various efforts to get out of the crisis of public trust from the public in the covid-19 vaccine that is widely circulated in Indonesia at this time. The public relations of the Bandung City Health Office in the current situation shows its existence in an effort to deal with the crisis by continuing to coordinate with various parties to continue to educate people so that they can trust again and are willing to receive the covid-19 vaccine.

This research was conducted to find out how the implementation of crisis management carried out by the Bandung City Health Office in an effort to restore public trust in the covid-19 vaccine by referring to the four-step concept of public relations proposed by Cutlip, Center, and Broom, which consists of fact finding in the field (fact finding), planning and programming (planning and programming), carrying out action and communication (taking action and communication), and evaluating (evaluating).

Based on the results of research that can be concluded that crisis management in an effort to restore public confidence in the covid-19 vaccine is in accordance with the concept of four steps of public relations, namely first the search and collection stage, data, and evaluation through the collection of changes in public opinion, the second is the planning and programming stage that covers planning for handling negative issues, the third is to take steps and communication through dissemination of information to educate community.

Key Words: Public relations, Crisis Management, Public Trust