

Komunikasi Krisis di Era Media Sosial: Analisis Bibliometrik Kerangka Teoritis dan Praktik

Rafa Aqilah¹, Rully Khairul Anwar², Yunus Winoto³.

¹Universitas Padjadjaran, Sumedang

² Universitas Padjadjaran, Sumedang

Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 21, Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat, 45362

¹Rafa22004@mail.unpad.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Keywords Bibliometrics, Biblioshiny, Crisis Communication, Social Media, Crisis Management</p>	<p><i>This study uses a bibliometric approach to explore the trends and patterns of research related to crisis communication in the era of social media between 2011 and 2024. Data was collected from the Scopus database, with a focus on scientific articles. After the search process, 273 articles were extracted and analyzed using Biblioshiny software. The analysis included visualization of co-occurrence networks, average citations per year, WordCloud and identification of institutional contributions. The results showed a significant increase in the production of scientific articles with a peak production in 2023-2024 and an average annual growth of 26.15%. Major keywords such as 'social media,' 'crisis communication,' and 'public health' reflect the diversity of research approaches. The country with the highest contribution of research publications on this topic is the United States, followed by European countries such as the UK and Germany, while Indonesia still has a limited contribution. The study also found an imbalance in contributions between countries, as well as the main journals that cover a lot of research on this topic. This study provides recommendations for developing more effective communication strategies in the digital era, especially in critical circumstances. The results of the study can be an important foundation in understanding the transformation of communication in the social media era and provide significant contributions for academics, practitioners and stakeholders.</i></p>
<p>Kata kunci Bibliometrik, Biblioshiny, Komunikasi Krisis, Media Sosial, Manajemen Krisis</p>	<p><i>Penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik untuk mengeksplorasi tren dan pola penelitian terkait komunikasi krisis di era media sosial pada rentang 2011-2024. Data dikumpulkan dari database Scopus, dengan fokus pada artikel ilmiah. Setelah melalui proses pencarian, dihasilkan sebanyak 273 artikel yang diekstraksi dan dianalisis menggunakan software Biblioshiny. Analisis meliputi visualisasi jaringan co-occurrence, rata-rata sitasi per tahun, WordCloud dan identifikasi kontribusi institusional. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan produksi artikel ilmiah secara signifikan dengan puncak produksi pada tahun 2023-2024 dan rata-rata pertumbuhan tahunan 26,15%. Kata kunci utama seperti 'social media,' 'crisis communication,' dan 'public health' mencerminkan keragaman pendekatan penelitian. Negara dengan kontribusi publikasi penelitian mengenai topik ini paling tinggi berada di Amerika Serikat, diikuti oleh negara-negara Eropa seperti Inggris dan Jerman, sementara Indonesia masih memiliki kontribusi yang terbatas. Penelitian ini juga menemukan adanya ketimpangan kontribusi antarnegara, serta jurnal-utama yang banyak membahas penelitian dengan topik ini. Studi ini memberikan rekomendasi untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif di era digital terutama di keadaan kritis. Hasil studi dapat menjadi landasan penting dalam memahami transformasi komunikasi di era media sosial dan memberikan kontribusi signifikan bagi akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan.</i></p>



Pendahuluan

Keberadaan media sosial saat ini menjadi media penyebaran informasi yang sangat pesat, memungkinkan orang untuk mengikirim dan menerima informasi yang lebih baru dengan cepat (Westerman, et. al., 2014). Media sosial menciptakan terobosan baru, dengan mendekatkan jarak para penggunanya sehingga memudahkan dalam berinteraksi dengan siapapun dan dimanapun (Turnip & Siahaan, 2021). Kehadiran media sosial juga telah merubah *public relations* dalam melakukan praktiknya. Media sosial menjadi salah satu strategi PR untuk lebih mendunia dengan mudah. Selain itu, media sosial juga menjadi tempat di mana masyarakat dapat menyuarakan kekhawatiran mereka dan mencari informasi langsung dari sumber yang mereka percayai. Platform seperti Twitter, Instagram, dan Facebook memungkinkan informasi menyebar dengan cepat, baik yang valid maupun hoaks (Prasty, 2011).

Era media sosial ini telah merevolusi cara organisasi dan masyarakat berkomunikasi, termasuk dalam situasi krisis (Buzoianu & Bîră, 2021). Dalam situasi krisis, komunikasi yang efektif sangat penting untuk mengurangi kepanikan publik, membangun kepercayaan, dan mengelola reputasi. Namun, media sosial menghadirkan tantangan baru seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan reaksi emosional yang masif. Media sosial memungkinkan publik untuk menciptakan aliran komunikasi yang tidak lagi sepihak tetapi bersifat kolaboratif dan sering kali tidak terkendali. Hal ini membuka peluang besar sekaligus tantangan, terutama ketika menghadapi situasi krisis (Ly-Le, 2020). Namun, menurut Cornelissen dalam Prasty (2011) berpendapat bahwa media sosial menjadikan penggunanya semakin peduli dan menyadari suatu isu krisis yang sedang dihadapi oleh organisasi. Dalam situasi krisis seperti ini, komunikasi yang tepat dan strategis menjadi faktor kunci keberhasilan dalam mengatasi masalah.

Secara definisi, krisis adalah keadaan yang tidak terprediksi, dicirikan dengan adanya kejadian yang mengejutkan dan dapat mengancam organisasi sehingga perlu ditanggapi dengan segera. Sedangkan komunikasi adalah salah satu bentuk strategi untuk menghadapi keadaan krisis (Lin, et. al., 2016). Krisis yang disebabkan oleh bencana alam, kegagalan produk, maupun permasalahan perusahaan, dapat memengaruhi kepercayaan publik, reputasi organisasi, hingga keberlangsungan operasionalnya (Diarra & Rahman, 2024). Organisasi dituntut untuk merespon dengan cepat, memberikan informasi yang akurat, dan mengelola persepsi publik agar tidak memperburuk situasi. Di era media sosial, tekanan untuk merespon dalam waktu cepat semakin meningkat, karena informasi, baik yang benar maupun salah, dapat menyebar secara luas dengan cepat. Komunikasi krisis adalah strategi penyelesaian situasi krisis yang melibatkan publik. Strategi ini biasanya digunakan untuk mengembalikan citra dan reputasi setelah masa krisis. Millar & Health mengungkapkan bahwa dengan adanya sosial media, berita tentang keadaan krisis dapat menyebar dengan cepat dan berpotensi melemahkan organisasi jika tidak memiliki strategi komunikasi krisis yang baik (dalam Lubis & Hayadi, 2022). Komunikasi krisis di era media sosial tidak hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi dapat menenangkan publik dan memperbaiki reputasi organisasi. Hal ini semakin relevan karena saat ini, bukan masyarakat yang bergantung pada perusahaan, melainkan perusahaanlah yang membutuhkan dukungan dari masyarakat. Jika kepercayaan dan reputasi perusahaan terancam, perusahaan harus siap dengan cepat mengatasi potensi krisis (Kustiawati dalam Rahmawati, et. al., 2023). Oleh karena itu, pendekatan tradisional yang hanya berfokus pada pengendalian kerusakan (*damage control*) tidak lagi memberi pengaruh. Organisasi perlu mengembangkan strategi komunikasi yang lebih responsif dan terkoordinasi.



Dengan semua perubahan dan tantangan tersebut, penelitian yang melihat bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif dalam komunikasi krisis memiliki relevansi tinggi bagi dunia akademik. Kajian mengenai strategi komunikasi krisis di media sosial tidak hanya akan memberikan wawasan tentang cara mengelola krisis secara lebih efektif, tetapi juga membantu organisasi membangun kepercayaan jangka panjang dengan publik mereka (Corallo, 2012).

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Marc Jungblut, et al. (2024) yang membahas bagaimana polisi di Jerman menggunakan media sosial dalam praktik komunikasi krisis. Sebagai organisasi yang sering berhadapan langsung dengan masyarakat, polisi punya tanggung jawab yang besar saat menanggapi keadaan krisis. Penelitian ini menganalisis bagaimana polisi Jerman menggunakan media sosial saat ada krisis seperti penembakan massal. Hasil penelitian yang didapatkan setelah wawancara dengan PR di 11 dari 16 negara bagian federal Jerman menunjukkan bahwa media sosial Twitter dan Facebook menjadi media sosial utama untuk polisi berkomunikasi ke eksternal dalam keadaan krisis. ditemukan bahwa Twitter menjadi platform utama untuk komunikasi krisis karena kecepatannya, kejelasan kronologis, dan keterkaitan dengan media yang kuat. Sebaliknya, Facebook, meskipun populer di kalangan masyarakat umum, kurang disukai untuk komunikasi krisis yang mendesak karena dianggap tidak efisien. Kepolisian memprioritaskan pemberian informasi dan peringatan kepada publik selama krisis dengan menggunakan komunikasi searah, sementara krisis yang sering dikaitkan dengan potensi pelanggaran, menggunakan pendekatan yang lebih dialogis (Jungblut, et. al., 2024).

Penelitian lain dilakukan pada kasus krisis perusahaan DANA Indonesia. Dana sebagai perusahaan *e-wallet* menghadapi kasus “saldo hilang” mulai dari tahun 2023, menyebabkan perusahaan

mengalami masalah yang cukup parah. Kasus ini ramai diperbincangkan di berbagai portal berita online dan media online lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi krisis yang dilakukan DANA, yang menghasilkan bahwa kasus ini terbagi menjadi tiga fase krisis, yaitu fase pra-krisis, fase tanggap krisis, dan fase pasca-krisis. Pada fase awal, DANA telah menyiapkan rencana manajemen krisis dan melakukan monitoring serta komunikasi yang baik untuk mempertahankan citra perusahaan. Selama fase crisis response, DANA berkomitmen mengembalikan saldo 100% bagi pengguna yang melaporkan kasusnya, sambil melakukan investigasi untuk menentukan penyebab masalah. Namun, pada fase post-crisis, penanganan yang lambat dan sulitnya proses klaim saldo menyebabkan penurunan kepercayaan sebagian pengguna. Meski belum sepenuhnya menyelesaikan masalah, DANA terus berupaya menjaga komunikasi yang baik melalui media sosial dengan pengguna, sehingga tetap mempertahankan reputasinya sebagai dompet digital yang dipercaya banyak orang (Diarra & Rahman, 2024).

Wenlin Liu, Xinyan Zhao, Mengqi (Monica) Zhan dan Stephanie Hernandez (2024) secara spesifik meneliti komunikasi krisis melalui media sosial TikTok saat kejadian kebakaran Hutan Maui di tahun 2023. Dengan menganalisis konten video di TikTok menunjukkan bahwa TikTok memungkinkan penyebaran informasi krisis dan mobilisasi dukungan selama bencana. Cerita dari korban lebih efektif dalam memicu keterlibatan emosional dan meningkatkan kepercayaan publik dibandingkan konten dari media resmi. Kekuatan audio-visual dari narasi digital sangat penting untuk menarik perhatian dan membangun hubungan emosional dengan audiens (Liu, et. al., 2024).

Penelitian-penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian yang dibuat oleh penulis, yaitu dalam menyoroti peran penting media



sosial dalam komunikasi krisis. Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bagaimana platform media sosial tertentu digunakan sebagai alat komunikasi yang strategis selama krisis. Persamaannya terletak pada fokus terhadap efektivitas media sosial dalam menyampaikan informasi dengan cepat, membangun keterlibatan emosional, dan menjaga kepercayaan publik. Namun, pada penelitian ini terdapat perbedaan dalam metode yang digunakan. Penulis menggunakan analisis bibliometrik pada hasil penelitian ilmiah yang terindeks scopus tentang topik komunikasi krisis di era media sosial. Dalam analisis ini, penulis meninjau berbagai aspek seperti penulis, sumber informasi, negara, dan tren publikasi. Analisis ini juga mencakup tren penelitian dari waktu ke waktu, kontribusi peneliti utama, serta perkembangan konsep komunikasi krisis di era media sosial. Pendekatan bibliometrik ini bertujuan untuk memberikan gambaran evolusi penelitian di bidang ini. Hasil analisis diharapkan memberikan wawasan tentang arah perkembangan penelitian terkait komunikasi krisis serta mendukung pengembangan kebijakan dan praktik di bidang ini.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis bibliometrik. Menurut Donthu, et. al., (2021) bibliometrik merupakan metode penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data bibliometrik secara menyeluruh untuk menggambarkan struktur tren yang berkembang dalam suatu topik atau bidang penelitian. Analisis bibliometrik yang dilakukan dengan baik dapat membangun landasan yang baik untuk mengembangkan suatu bidang secara baru dan bermakna. Analisis ini memungkinkan untuk para peneliti untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai suatu bidang atau topik, mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan, memperoleh ide-ide baru untuk diteliti.

Penelitian ini mengambil data yang didapatkan dari database Scopus sebagai sumber utama dan terlengkap untuk metadata publikasi (Pranckutė, 2021). Mengenai topik komunikasi krisis di era media sosial dengan rentang 2011 sampai 2024 yang dibatasi untuk artikel ilmiah. Peneliti melakukan pencarian metode Boolean dengan *keyword* "*crisis communication*" AND "*social media*" AND "*theory*" OR "*theoretical framework*" OR "*practice*". Hasil *advance search* yaitu 397 dokumen sebelum diterapkan filter *document type* menjadi artikel, lalu setelah diterapkan menyisakan 273 artikel ilmiah saja. 272 artikel ilmiah tersebut diekstrak dengan format CSV untuk memudahkan pengolahan data. Setelah data diekstraksi dari database Scopus, data diimpor ke software biblioshiny untuk dianalisis dan divisualisasikan seperti *co-occurrence network*, negara yang paling banyak mensitasi, *WordCloud*, dan identifikasi kontribusi institusional.

Tabel 1
Himpunan sumber data dan seleksi

No	Kategori	Informasi
1	Database Penelitian	Scopus
2	Rentang Waktu	2011-2024
3	Bahasa	Inggris, Spanyol, Jerman, Prancis
4	Pencarian Kata Kunci	" <i>crisis communication</i> " AND " <i>social media</i> " AND " <i>theory</i> " OR " <i>theoretical framework</i> " OR " <i>practice</i> ".
5	Tipe Dokumen	Article
6	Ekstraksi Data	Diekspor dengan informasi lengkap (citation, bibliographical, abstract & keyword, dan other information) dalam format CSV.
7	Jumlah Sampel	273

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Hasil Penelitian dan Pembahasan



Dari hasil pencarian yang telah dijabarkan pada bagian sebelumnya, berikut merupakan informasi utama mengenai dataset yang telah diekstrak dan dirangkum pada tabel 2.

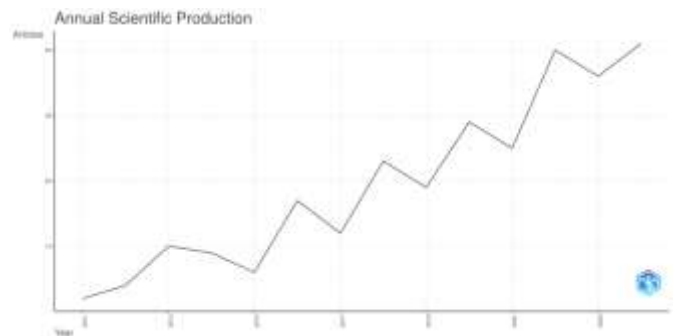
Overview

Tabel 2
Informasi Utama Tentang Dataset

No	Deskripsi	Informasi
1	Rentang Waktu	2011:2024
2	Sumber (Jurnal, Buku, dll.)	162
3	Dokumen	273
4	Annual Growth Rate %	26.15
5	Usia Rata-Rata Dokumen	3.99
6	Kutipan Rata-Rata per Dokumen	27.35
7	Referensi	14822
8	Penulis	685
10	Dokumen Dengan Satu Penulis	33
11	Penulis Dokumen Multi-penulis	2.9
12	Penulisan Bersama Internasional	23.08
13	Tipe Dokumen (Artikel)	273

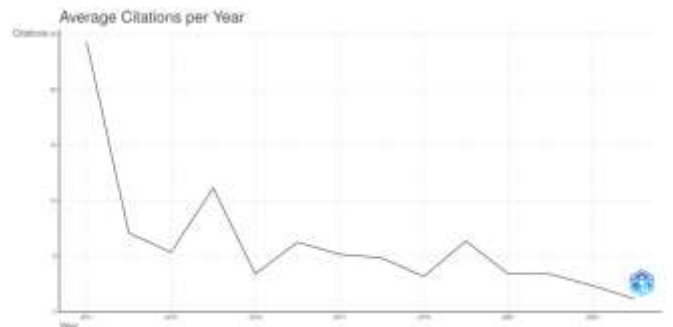
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Berdasarkan tabel dataset informasi utama yang telah disajikan secara menyeluruh tersebut, diketahui bahwa penelitian mengenai komunikasi krisis di era digital mempunyai rentang waktu 2011-2024 yang memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis tren jangka panjang. Dari 273 dokumen yang dianalisis, rata-rata pertumbuhan tahunan publikasi adalah 26,15% yang menunjukkan tren meningkat signifikan dalam penelitian topik ini. Dokumen pada dataset ini memiliki 27,35% pengaruh penelitian yang ditunjukkan dengan nilai kutipan rata-rata per dokumen. Ada 685 penulis yang berkontribusi pada publikasi-publikasi ini dengan total referensi yang digunakan oleh penulis di seluruh dokumen adalah 14.822 yang menandakan cakupan literatur pada topik ini sangat luas.



Gambar 1, Produksi Artikel Ilmiah Tahunan
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

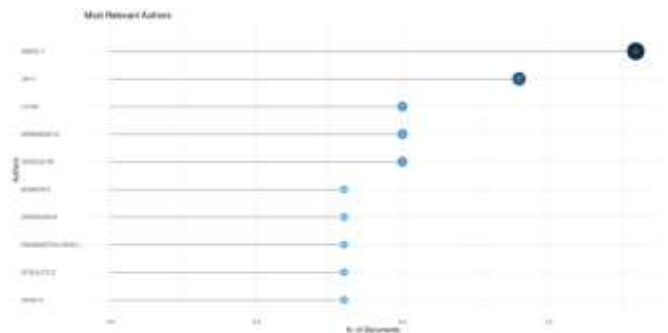
Pada gambar 2 ini menginterpretasikan publikasi penelitian ilmiah tahunan yang diukur berdasarkan jumlah artikel ilmiah yang terbit di tiap tahunnya dalam topik ini. Dapat dilihat bahwa dari tahun 2011 hingga 2024 tren penelitian komunikasi krisis di era media sosial semakin meningkat di tiap tahunnya. Meski secara umum grafik menunjukkan peningkatan, namun terdapat beberapa tahun di mana jumlah publikasi sedikit menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Di tahun 2019 publikasi penelitian semakin meningkat di tahun-tahun selanjutnya, dan di tahun 2023 serta 2024 publikasi sedang berada di puncak relevansi karena jumlah artikel mencapai 41 publikasi. Gambar 2 mengindikasikan perkembangan penelitian yang konsisten dan signifikan, dengan produksi ilmiah yang terus meningkat, dari yang awalnya hanya menerbitkan 2 artikel di tahun 2011 menjadi 41 artikel di tahun 2024.



Gambar 2, Rata-rata Sitasi per Tahun
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Gambar 2 menggambarkan rata-rata kutipan per tahun dari publikasi topik ini yang menunjukkan tren penurunan pengaruh dari publikasi dalam dataset. Pada tahun 2011 terjadi penurunan secara drastis, setelah tahun 2013 penurunan rata-rata kutipan masih berlangsung secara signifikan. Dari tahun 2013 hingga 2017, terdapat fluktuasi rata-rata kutipan, di 2014 terjadi puncak rata-rata kutipan dengan rata-rata 11.1 namun, diikuti oleh penurunan lagi di tahun-tahun berikutnya. Penurunan rata-rata kutipan ini dapat menunjukkan bahwa publikasi-publikasi dalam dataset semakin jarang digunakan sebagai rujukan. Faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi adalah topik penelitian yang mungkin kalah saing dengan bidang baru yang lebih populer dan relevan, ataupun kualitas dari publikasi yang kurang memuaskan.

Analisis Penulis



Gambar 3, Penulis Paling Relevan
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Pada Gambar 3 ini menampilkan grafik yang menunjukkan daftar penulis paling produktif berdasarkan jumlah artikel yang dipublikasikan. Wang Y menjadi penulis dengan kontribusi terbanyak dengan 9 publikasi ilmiahnya. Jin Y menjadi penulis kedua dengan 7 dokumen yang diikuti penulis lain dengan jumlah publikasi yang lebih sedikit.

Analisis bibliometrik selanjutnya adalah artikel dengan jumlah sitasi terbanyak dalam topik komunikasi krisis di era media sosial pada *database*

scopus ini. Berdasarkan hasil yang diekstraksi dari dataset didapatkan top 10 publikasi artikel ilmiah yang paling banyak disitasi oleh penelitian lain.

Tabel 3
Top 10 Artikel Ilmiah Paling Banyak Disitasi

N ^o	Penulis	Judul	Jumlah Sitasi	Jurnal
1	Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. (2011).	A Work-In-Process Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication	499	<i>Journal of Contingencies and Crisis Management</i>
2	Westerman, D., Spence, P. R., & van der Heide, B. (2014).	Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information	483	<i>Journal of Computer-Mediated Communication</i>
3	Utz, S., Schultz, F., & Glocka, S. (2013).	Crisis communication online: How medium, crisis type and emotions affected public reactions in the Fukushima Daiichi nuclear disaster.	387	<i>Public Relations Review</i>



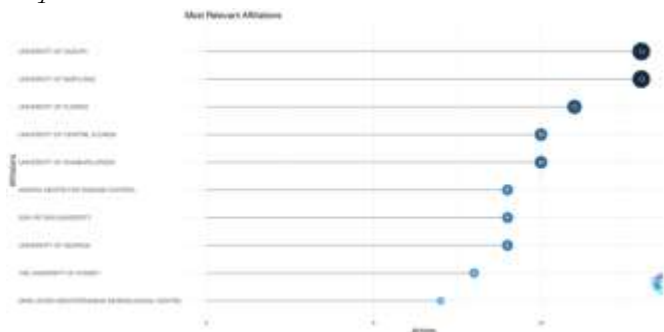
4	Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. L. (2014).	Examining the Role of Social Media in Effective Crisis Management.	36	2	<i>Communication Research</i>	Lachlan, K. A. (2016). responding: Best practices in social media.					
5	Guidry, J. P. D., Jin, Y., Orr, C. A., Messner, M., & Meganck, S. (2017).	Ebola on Instagram and Twitter: How health organizations address the health crisis in their social media engagement.	24	9	<i>Public Relations Review</i>	1	12	0	8	Stieglitz, S., Sense-making in social media during extreme events.	<i>Journal of Contingencies and Crisis Management</i>
6	Liu, B. F., Fraustino, J. D., & Jin, Y. (2016).	Social Media Use During Disasters.	22	0	<i>Communication Research</i>	Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.					
7	Muralidharan, S., Rasmussen, L., Patterson, D., & Shin, J.-H. (2011).	Hope for Haiti: An analysis of Facebook and Twitter usage during the earthquake relief efforts.	18	0	<i>Public Relations Review</i>	Artikel ilmiah dengan judul “A Work-In-Process Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication” yang ditulis oleh Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. pada tahun 2011 menduduki posisi pertama artikel ilmiah komunikasi krisis di era media sosial yang paling banyak disitasi sebanyak 499 sitasi. Dapat diinterpretasikan bahwasanya artikel yang ditulis oleh Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. ini menjadi literatur yang relevan dalam penelitian komunikasi krisis di era media sosial, dengan banyaknya artikel ilmiah yang mensitasi artikel ilmiah terbitan jurnal <i>Journal of Contingencies and Crisis Management</i> ini.					
8	Eriksson, M. (2018).	Lessons for Crisis Communication on Social Media: A Systematic Review of What Research Tells the Practice.	13	9	<i>International Journal of Strategic Communication</i>	Analisis Afiliasi					
9	Lin, X., Spence, P. R., Sellnow, T. L., &	Crisis communication, learning and	13	2	<i>Computers in Human Behavior</i>						

Gambar 4, Produksi Universitas waktu ke waktu
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Gambar ini menunjukkan produksi artikel dari berbagai afiliasi universitas dari waktu ke waktu. Artikel ilmiah dengan topik komunikasi krisis di era media sosial yang diproduksi per tahunnya oleh



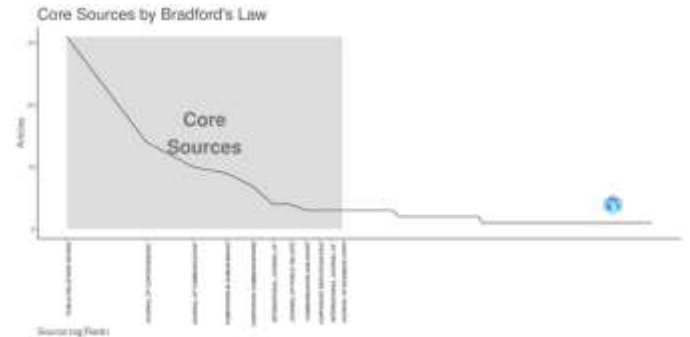
University of Central Florida menghasilkan artikel ilmiah yang stabil dengan pertumbuhan lambat namun konsisten dari waktu ke waktu, dengan jumlah artikel pada tahun 2024 yang mencapai 10 artikel. Selain itu University of Maryland juga menunjukkan peningkatan yang tajam dan signifikan dalam produksi artikel ilmiah terutama setelah 2021, yakni meningkat dari yang awalnya 6 artikel pada tahun 2021 menjadi 13 artikel pada tahun 2024. Analisis ini menghasilkan bahwasanya terbitan penelitian artikel ilmiah yang berkelanjutan dan memungkinkan untuk ada peningkatan pertahunnya dibandingkan dengan universitas lain dalam dataset *Scopus* ini.



Gambar 5, Universitas yang Paling Relevan
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Pada gambar 5 ini merupakan analisis bibliometrik afiliasi yang paling relevan ini menyajikan gambaran mengenai kontribusi universitas yang paling relevan dalam menerbitkan artikel tentang komunikasi krisis di era media sosial. University of Chicago dan University of Maryland berada di peringkat teratas dengan jumlah 13 artikel yang relevan masing-masing. University of Florida memperlihatkan publikasi yang baik dengan mempunyai 11 artikel. Universitas lain seperti University of Georgia, The University of Sydney, dan Euro-Mediterranean Seismological Centre (EMSC) juga memperlihatkan kontribusi yang konsisten pada topik ini yang mana masing-masing mencatat kontribusi 8 dan 7 artikel publikasi.

Analisis Jurnal



Gambar 6, Clustering Jurnal dengan hukum Bradford

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Tabel 4

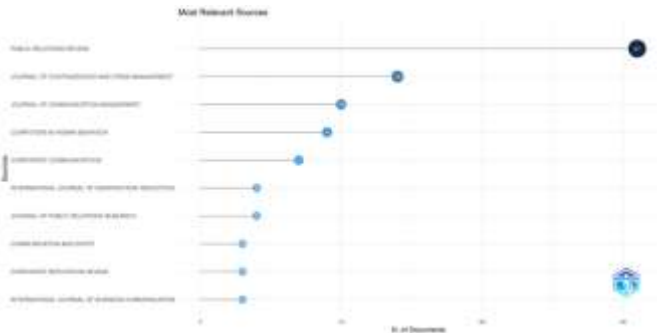
Clustering Jurnal dengan hukum Bradford

Zona	Peringkat	Jumlah Jurnal	Jumlah Terbitan
Zona 1	1-11	11	91
Zona 2	12-72	61	92
Zona 3	73-162	90	90

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Pada analisis jurnal menggunakan hukum Bradford ini bertujuan untuk mengetahui produktivitas jurnal yang dianalisis, dari tingkat produktivitas jurnal ini akan diketahui jurnal yang paling relevan. Pada tabel 5, jurnal penelitian diklasifikasikan menjadi 3 zona. Pada zona 1, terdiri dari total 11 jurnal dengan jurnal di peringkat teratas yang menerbitkan sebanyak 31 publikasi artikel ilmiah. Zona 1 menggambarkan bahwa jurnal-jurnal yang termasuk dalam kategori ini memiliki fokus utama penelitian yang mendalam terkait topik komunikasi krisis di era media sosial. Selanjutnya pada zona 2 terdapat sebanyak 61 jurnal dengan jumlah terbitan sebanyak 92 artikel ilmiah yang diterbitkan, ini menunjukkan adanya pengembangan cakupan topik penelitian yang lebih beragam dengan tingkat fokus topik yang lebih rendah. Kemudian

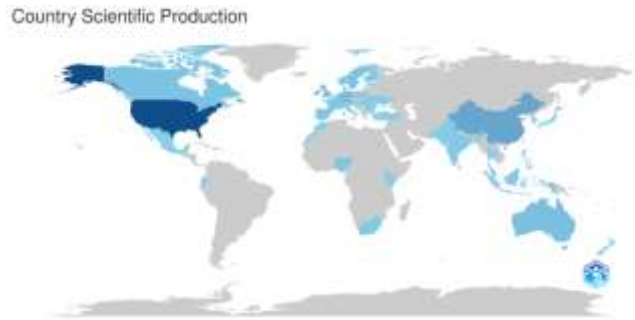
pada zona 3 dengan jumlah 90 jurnal yang mana menerbitkan sebanyak 90 artikel ilmiah. Analisis selanjutnya adalah jurnal topik komunikasi krisis di era media sosial yang paling relevan dengan topik ini.



Gambar 7, Jurnal Paling Relevan
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Gambar 7 ini menyajikan informasi mengenai beberapa jurnal yang paling relevan berdasarkan jumlah publikasi artikel pada topik komunikasi krisis di era media sosial. Jurnal *Public Relations Review* berada di urutan pertama dengan jumlah terbitan 31 artikel dengan topik komunikasi krisis di era media sosial. Di peringkat kedua memiliki perbedaan jumlah publikasi yang cukup jauh yaitu 14 artikel pada *Journal of Contingencies and Crisis Management*. *Journal of Communication Management* dan *Computers In Human Behavior* mempunyai jumlah terbitan 10 dan 9 artikel dengan topik komunikasi krisis di era media sosial yang menjadi sumber informasi jurnal yang cukup relevan. Selain itu terdapat 5 jurnal ilmiah yang masing-masing menerbitkan 7 sampai 3 artikel mengenai komunikasi krisis di era media sosial. Analisis jurnal yang paling relevan ini membantu peneliti untuk memahami jurnal-jurnal yang memiliki dampak dalam bidang penelitian komunikasi krisis di era media sosial dan dapat membantu dalam menilai pengaruhnya dalam literatur ilmiah di *Scopus*.

Analisis Negara



Gambar 8, Produksi Ilmiah Negara
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Tabel 5
Produksi Ilmiah Negara

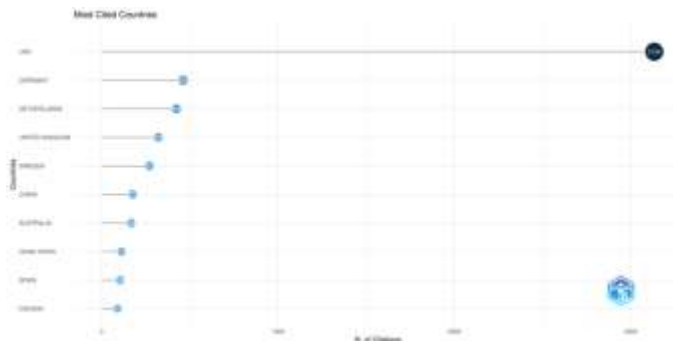
No.	Negara	Artikel
1	USA	274
2	China	81
3	UK	39
4	Germany	37
5	Australia	29
6	Malaysia	29
7	Canada	23
8	Sweden	23
9	Netherlands	19
10	Nigeria	17

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Pada gambar 8 menyajikan persebaran publikasi artikel ilmiah di penjuru dunia. Warna peta yang lebih gelap diartikan bahwa negara tersebut telah mempublikasikan artikel ilmiah lebih banyak. Hasil interpretasi pada tabel 5 mengenai jumlah produksi artikel ilmiah dengan topik komunikasi krisis di era media sosial di berbagai negara. Negara di peringkat pertama adalah Amerika Serikat dengan jumlah publikasi artikel ilmiah sebanyak 274 artikel, hal ini menunjukkan bahwa Amerika Serikat menjadi negara yang berkontribusi secara signifikan dalam penelitian topik komunikasi krisis di era media sosial. Negara-negara lain seperti China, United Kingdom, Jerman, Australia dan Malaysia termasuk sebagai negara dengan kontribusi publikasi artikel ilmiah yang cukup banyak. Namun, untuk Indonesia sendiri publikasi artikel mengenai komunikasi krisis di era

media sosial kurang berkontribusi dengan signifikan, dari dataset dengan rentang waktu 2011-2024 hanya ditemukan 9 dokumen yang dipublikasi dari Indonesia. Berdasarkan analisis tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa kontribusi negara-negara terhadap topik komunikasi krisis di era media sosial ini sudah sangat tersebar dan signifikan, namun masih terdapat negara-negara lain yang berkontribusi melalui fokus penelitian lain.

tidak sebanding dengan dominasi Amerika Serikat. Distribusi sitasi yang tidak merata ini juga dapat menunjukkan perbedaan fokus atau keahlian di antara negara-negara tersebut. Negara-negara dengan sitasi lebih rendah seperti China, Australia, dan Hong Kong mungkin memiliki spesialisasi yang berbeda atau kontribusi yang lebih terbatas dalam topik ini



Gambar 9, Negara dengan Sitasi Terbanyak
Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Negara dengan terbitan artikel ilmiah yang paling banyak disitasi adalah Amerika Serikat dengan jumlah sitasi 3.134 sitasi, menunjukkan bahwa publikasi ilmiah dari negara ini memiliki dampak signifikan dan sering dirujuk oleh peneliti lain di dunia akademik. Negara-negara selanjutnya adalah Jerman, Belanda dan Inggris dengan sitasi yang cukup signifikan, namun berbeda sangat jauh dengan sitasi Amerika Serikat. Ketimpangan besar antara Amerika Serikat dan negara-negara lainnya menunjukkan dominasi yang jelas dari Amerika Serikat dalam bidang penelitian ini. Hal ini dapat mencerminkan tingginya kualitas, relevansi, atau volume publikasi yang dihasilkan oleh peneliti di negara tersebut, yang mungkin juga didukung oleh infrastruktur penelitian yang kuat dan kolaborasi internasional yang luas. Posisi Jerman dan Belanda sebagai negara dengan jumlah sitasi signifikan di peringkat kedua dan ketiga menunjukkan kontribusi penting mereka dalam penelitian global, meskipun

Analisis Tren



Gambar 10, Wordcloud

Sumber: Hasil pengolahan peneliti, 2024.

Pada gambar visualisasi word cloud ini, menampilkan analisis tren pada topik komunikasi krisis di era media sosial. Kata 'social media' muncul sebagai kata kunci dominan pada visualisasi ini, menggambarkan bahwa peran media sosial sangat signifikan dalam konteks komunikasi dan manajemen krisis. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi elemen penting dalam penelitian dan diskusi terkait penyebaran informasi, komunikasi krisis, serta penanganan bencana. Selain itu, terdapat kata-kata seperti 'crisis communications', 'crisis management', 'disaster management', dan 'risk management', yang memperlihatkan fokus utama penelitian pada bagaimana media sosial digunakan dalam berbagai



aspek manajemen risiko dan penanganan situasi darurat. Pada gambar ini juga ditemukan kata-kata seperti 'COVID-19', 'pandemic', dan 'public health', yang mencerminkan bahwa penelitian ini erat kaitannya dengan konteks pandemi global dan dampaknya terhadap kesehatan masyarakat. Kata-kata tersebut menunjukkan bagaimana media sosial berperan dalam menyebarkan informasi selama pandemi dan digunakan sebagai alat komunikasi untuk mendukung manajemen krisis kesehatan masyarakat. Selain itu, istilah '*information dissemination*', '*interpersonal communication*', dan '*communication*' menunjukkan bagaimana pentingnya informasi disampaikan dan diterima oleh berbagai pihak melalui media sosial.

Analisis keyword dalam judul artikel-artikel ilmiah ini mengungkap beberapa kata yang dominan, seperti '*social media*', '*crisis communications*', '*crisis management*', '*information dissemination*', dan '*public health*'. Kata-kata ini muncul secara berurutan dengan frekuensi yang tinggi, mencerminkan fokus utama dalam penelitian pada manajemen krisis, komunikasi digital, dan dampaknya terhadap masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam pengelolaan informasi dan krisis.

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengetahui tren dan pola penelitian terkait komunikasi krisis di era media sosial dalam periode 2011 hingga 2024 melalui pendekatan bibliometrik dengan sumber data utama dari database Scopus. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah publikasi ilmiah, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan mencapai 26,15% dan produksi artikel yang mencapai puncaknya pada tahun 2023-2024 dengan 41 publikasi. Tren pertumbuhan publikasi yang konsisten ini menandakan minat akademis yang terus berkembang dalam memahami dinamika komunikasi krisis di era digital.

Analisis lebih mendalam menemukan tema utama yang mendominasi penelitian, yaitu peran media sosial dalam manajemen krisis, diseminasi informasi, dan komunikasi kesehatan masyarakat. Penelitian tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada bagaimana media sosial dapat mendukung penanganan krisis dan mempermudah penyebaran informasi strategis. Kata kunci seperti '*social media*', '*crisis communications*', '*crisis management*', dan '*public health*' muncul secara dominan, mencerminkan kompleksitas dan keragaman pendekatan dalam mengkaji komunikasi krisis di era media sosial, terutama dalam konteks global seperti pandemi COVID-19.

Dalam kontribusi institusional, studi ini mendapatkan peran signifikan sejumlah universitas, dengan University of Chicago, University of Maryland, dan University of Florida tercatat sebagai institusi dengan publikasi terbanyak. Amerika Serikat mendominasi produksi penelitian dengan 274 artikel dan 3.134 sitasi, menunjukkan kepemimpinan global dalam bidang ini. Kontribusi penelitian tersebar di berbagai negara, namun terdapat ketimpangan yang jelas, dengan negara-negara seperti Jerman, Belanda, dan Inggris menghasilkan publikasi penting meskipun tidak sebesar Amerika Serikat. Menariknya, Indonesia sendiri masih memiliki kontribusi terbatas dengan hanya 9 dokumen dalam rentang waktu penelitian.

Dari sisi dampak, temuan ini memberikan wawasan penting untuk pengembangan penelitian komunikasi krisis di era digital. Jurnal Public Relations Review tercatat sebagai jurnal publikasi pertama dengan 31 artikel, menandakan fokus akademis yang tinggi pada topik ini. Meskipun terjadi penurunan rata-rata sitasi sejak 2013, penelitian masih menunjukkan relevansi yang signifikan dalam memahami dinamika komunikasi krisis. Analisis bibliometrik memperlihatkan bahwa publikasi dalam topik ini mengalami fluktuasi, dengan puncak rata-



rata kutipan terjadi pada tahun 2014, namun tetap menunjukkan potensi penelitian yang berkelanjutan.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi seperti perlunya pengembangan penelitian lebih lanjut tentang strategi komunikasi krisis di media sosial. Diperlukan peningkatan kolaborasi internasional, terutama untuk negara-negara dengan kontribusi penelitian rendah menjadi hal penting untuk dikembangkan. Selain itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan kualitas dan relevansi publikasi guna mempertahankan dampak sitasi dan kontribusi ilmiah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menjelaskan bahwa komunikasi krisis di era media sosial memiliki potensi besar dalam mendukung diseminasi informasi, manajemen risiko, dan respons cepat dalam situasi darurat. Media sosial telah terbukti tidak sekadar menjadi alat komunikasi, melainkan juga menjadi sarana strategis dalam pengelolaan informasi dan krisis. Dengan dukungan berkelanjutan dan kerja sama lintas disiplin, penelitian di bidang ini dapat menjadi elemen kunci dalam memahami transformasi komunikasi di era digital, memberikan kontribusi signifikan bagi akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan dalam menghadapi berbagai tantangan komunikasi di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Westerman, d., spence, p. R., & van der heide, b. (2014). Social media as information source: recency of updates and credibility of information. *Journal of computer-mediated communication*, 19(2), 171–183. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12041>
- Turnip, e. Y., & siahaan, c. (2021). Etika berkomunikasi dalam era media digital. *Jurnal ekonomi, sosial & humaniora*, 3(4). <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/659>
- Prastya, n. M. (2011). Komunikasi krisis di era new media dan social media. *Jurnal komunikasi*, 6(1). <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6374>
- Buzoianu, c., & biră, m. (2021). Using social media listening in crisis communication and management: new methods and practices for looking into crises. *Sustainability (switzerland)*, 13(23). <https://doi.org/10.3390/su132313015>
- Lin, x., spence, p. R., sellnow, t. L., & lachlan, k. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: best practices in social media. *Computers in human behavior*, 65, 601–605. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.080>
- Diarra, a. R., & rahman, s. G. (2024). Komunikasi krisis dana indonesia pada kasus “saldo hilang” untuk mempertahankan reputasi perusahaan. *Educationist: journal of educational and cultural studies*, 3(3). <https://jurnal.litnuspublisher.com/index.php/jecs/article/view/198>
- Liu, w., zhao, x., zhan, m. (monica), & hernandez, s. (2024). Streaming disasters on tiktok: examining social mediated crisis communication, public engagement, and emotional responses during the 2023 maui wildfire. *Public relations review*, 50(5). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102512>
- Lubis, m. Z., & hayadi, b. H. (2022). Strategi komunikasi krisis pemerintah menggunakan big data pada media sosial. *Journal of computer and engineering science*, 1(3). <https://pusdikrapublishing.com/index.php/jaroe/article/view/773>
- Rahmawati, o. D., fitria, n., & mujab, s. (2023). Strategi manajemen isu dan komunikasi krisis mcdonald’s indonesia yang terkena imbas



- informasi hoaks fatwa mui terkait haramnya membeli produk israel. *Jurnal ilmu sosial dan humaniora*, 1(6).
<https://doi.org/https://doi.org/10.572349/kultura.v1i6.754>
- Jungblut, m., kümpel, a. S., & steer, r. (2024). Social media use of the police in crisis situations: a mixed-method study on communication practices of the german police. *New media and society*, 26(8), 4647–4668.
<https://doi.org/10.1177/14614448221127899>
- Donthu, n., kumar, s., mukherjee, d., pandey, n., & lim, w. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: an overview and guidelines. *Journal of business research*, 133, 285–296.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Pranckuté, r. (2021). Web of science (wos) and scopus: the titans of bibliographic information in today's academic world. In *publications* (vol. 9, issue 1). Multidisciplinary digital publishing institute (mdpi).
<https://doi.org/10.3390/publications9010012>
- Ly-Le, T.-M. (2020). THE USE OF SOCIAL MEDIA IN CRISIS COMMUNICATION – A VIETNAM – U.S. COMPARISON. [PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KRISIS KOMUNIKASI- VIETNAM - PERBANDINGAN AS]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 15(2), 153.
<https://doi.org/10.19166/derema.v15i2.2342>
- Corallo, T. (2012). *The Emerging Role of New Media in Global Crisis The Emerging Role of New Media in Global Crisis Communications Communications*.
<https://digitalcommons.montclair.edu/etd>