

**Manajemen Krisis Komunikasi dalam Isu Transparansi Kompetisi Sains
Madrasah (KSM) 2024**

Yuyun Wulandari

Universitas Paramadina

yuyun.wulandari@students.paramadina.ac.id

ABSTRACT

The 2024 Madrasah Science Competition (KSM) faced transparency issues that affected public trust in its organisation. This study aims to identify the communication crisis management approach applied, evaluate the effectiveness of the strategies used, and analyse the short and long term impact of this crisis on the image of KSM. Using Situational Crisis Communication Theory (SCCT), this study found that accountability-based communication strategies, technology utilisation, and stakeholder collaboration were effective in mitigating the crisis. The results of the study are expected to serve as a guide for similar competition organisers in facing transparency challenges.

Keywords : communication crisis management, transparency, Madrasah Science Competition, SCCT, reputation

ABSTRAK

Kompetisi Sains Madrasah (KSM) 2024 menghadapi isu transparansi yang memengaruhi kepercayaan publik terhadap penyelenggaraannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pendekatan manajemen krisis komunikasi yang diterapkan, mengevaluasi efektivitas strategi yang digunakan, serta menganalisis dampak jangka pendek dan panjang dari krisis ini terhadap citra KSM. Dengan menggunakan teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT), penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi berbasis akuntabilitas, pemanfaatan teknologi, dan kolaborasi pemangku kepentingan efektif memitigasi krisis. Hasil penelitian diharapkan menjadi panduan bagi penyelenggara kompetisi serupa dalam menghadapi tantangan transparansi.

Kata kunci : manajemen krisis komunikasi, transparansi, Kompetisi Sains Madrasah, SCCT, reputasi.

PENDAHULUAN

Kompetisi Sains Madrasah (KSM) merupakan kegiatan yang diselenggarakan dan dikembangkan oleh Kementerian Agama sebagai sarana untuk membangkitkan semangat kompetisi sains di kalangan siswa madrasah. KSM dirancang untuk mengembangkan semangat inovasi, kreativitas dan kompetisi yang sehat di kalangan siswa madrasah.

Namun, pada tahun 2024, masalah transparansi muncul sebagai tantangan besar yang dapat merusak reputasi acara tersebut. Tuduhan ketidakadilan dalam seleksi dan evaluasi menimbulkan keresahan di kalangan peserta dan orang tua, sehingga diperlukan langkah-langkah strategis untuk mengatasi hal ini.

Persoalan transparansi tidak hanya berdampak pada penyelenggaraan acara, namun juga kepercayaan masyarakat terhadap pendidikan madrasah secara umum. Krisis ini berpotensi mengurangi partisipasi di masa depan jika tidak dikelola dengan baik.

Dalam konteks ini, penting untuk dipahami bahwa transparansi merupakan landasan penting untuk menciptakan persaingan yang adil dan dapat diandalkan. Sebagai

tanggapannya, penyelenggara harus mengadopsi pendekatan manajemen krisis yang efektif dalam berkomunikasi.

Coombs (2007) menekankan pentingnya respon yang cepat dan strategis untuk meminimalkan dampak negatif krisis. Dalam konteks KSM, hal ini berarti menjelaskan proses seleksi dan evaluasi secara detail, serta memberikan ruang bagi peserta dan masyarakat untuk mengajukan pertanyaan atau keberatan secara terbuka.

Komunikasi dan publikasi dalam mengelola permasalahan atau krisis merupakan aspek penting yang tidak boleh diabaikan, terutama pada saat penyelenggaraan Kompetisi Sains Madrasah (KSM). Komunikasi yang transparan dan tepat waktu dapat menjadi jembatan untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap acara ini.

Dalam menghadapi tuduhan ketidakadilan, langkah strategis berupa publikasi yang konsisten dapat membantu menciptakan pemahaman bersama dan mengurangi spekulasi negatif. Publikasi yang efektif memungkinkan penyelenggara KSM menyampaikan informasi secara langsung kepada khalayak yang relevan, seperti peserta, orang tua, guru, dan masyarakat umum.

Melalui berbagai platform, seperti website resmi, media sosial, dan siaran pers, pihak penyelenggara dapat memberikan penjelasan mengenai proses seleksi, kriteria evaluasi, dan upaya peningkatan kualitas acara. Informasi yang jelas dan lengkap ini bukan hanya bukti komitmen terhadap transparansi, tetapi juga mencegah penyebaran informasi yang salah.

Selain itu, komunikasi yang responsif dan terbuka menciptakan ruang dialog yang konstruktif. Penyelenggara dapat mengadakan forum online atau tatap muka di mana peserta dan orang tua mempunyai kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kritik atau komentar. Pendekatan ini menunjukkan kesediaan untuk mendengarkan dan merespon kebutuhan masyarakat, sehingga meningkatkan legitimasi penyelenggara di mata masyarakat.

Dalam situasi krisis, kecepatan dan keakuratan informasi sangatlah penting. Seperti yang ditunjukkan Coombs (2007), tanggapan yang lambat atau tidak terkoordinasi dapat memperburuk persepsi publik yang negatif. Oleh karena itu, KSM harus memastikan bahwa setiap komunikasi memiliki pesan yang konsisten, disampaikan oleh sumber yang kredibel dan didukung oleh bukti pendukung. Dengan mengadopsi strategi komunikasi dan periklanan yang proaktif, sehingga dapat secara efektif mengatasi masalah transparansi lebih efektif.

Langkah ini tidak hanya akan memulihkan kepercayaan publik tetapi juga memperkuat citra positif pendidikan madrasah sebagai lembaga yang menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan, integritas, dan inovasi.

Rumusan Masalah

Bagaimana pendekatan manajemen krisis komunikasi yang diterapkan panitia KSM 2024 dalam menyikapi isu transparansi?

Pertanyaan ini mencerminkan esensi penelitian ini, yang bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh panitia KSM 2024. Krisis

transparansi dalam kompetisi pendidikan seperti KSM menciptakan kebutuhan mendesak akan pendekatan yang bertanggung jawab dan strategis.

Identifikasi tindakan spesifik yang diambil oleh komite adalah kunci untuk memahami keberhasilan atau kegagalan mereka dalam menghadapi situasi ini. Sebagai salah satu kompetisi ilmiah terbesar di Indonesia, KSM diharapkan dapat menjadi teladan dalam hal integritas dan transparansi.

Oleh karena itu penting untuk mengkaji bagaimana komite merancang dan menerapkan strategi komunikasi mereka. Apakah mereka lebih memilih pendekatan proaktif, seperti menjelaskan prosedur secara rinci kepada publik, atau lebih reaktif? tanggapan terhadap kritik dan tuduhan?

Rumusan masalah ini juga menyoroti perlunya mekanisme pemantauan independen. Dalam situasi seperti ini, sangat penting untuk memberikan ruang dialog yang transparan antara penyelenggara dan peserta. Langkah ini tidak hanya meredakan ketegangan namun juga menunjukkan komitmen komite terhadap keadilan dan integritas.

Terakhir, memahami cara penyelenggara merespons krisis ini dapat memberikan informasi berharga bagi penyelenggara kontes. yang lain. Dengan menganalisis rumusan masalah tersebut, diharapkan penelitian dapat memberikan saran yang relevan untuk meningkatkan kualitas manajemen krisis di masa depan.

TINJAUAN LITERATUR

Penelitian ini menggunakan teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT) atau Teori Komunikasi Krisis Situasional. Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang diperkenalkan oleh Timothy Coombs merupakan landasan penting dalam strategi manajemen krisis. Teori ini menggarisbawahi perlunya respons krisis yang sesuai dengan jenis dan sifat krisis yang terjadi. Dalam konteks KSM 2024, penerapan teori ini dapat membantu meningkatkan transparansi dan kredibilitas lembaga penyelenggara melalui strategi rebuild, yang fokus pada membangun kembali kepercayaan dengan mengedepankan akuntabilitas.

SCCT mengklasifikasikan respons krisis ke dalam tiga kategori: deny (penyangkalan), diminish (peredam), dan rebuild (pembangunan kembali). Strategi rebuild sangat relevan untuk kasus KSM 2024, terutama karena fokusnya pada penyampaian informasi yang jujur dan terbuka. Dengan demikian, peserta dan pemangku kepentingan dapat diyakinkan bahwa kompetisi ini dijalankan secara adil dan objektif.

Dalam implementasinya, rebuild memerlukan pendekatan komunikatif yang proaktif, seperti penyediaan informasi yang mudah diakses, pengelolaan rumor, dan penegakan mekanisme audit yang transparan. Hal ini sejalan dengan kebutuhan meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem seleksi dan penilaian yang digunakan dalam KSM 2024.

Selain itu, teori SCCT menekankan pentingnya pengelompokan jenis krisis untuk menentukan respons yang tepat. Untuk KSM 2024, isu transparansi dapat digolongkan sebagai tantangan operasional yang memerlukan respons kolaboratif antara panitia penyelenggara dan pemangku kepentingan. Strategi rebuild yang diterapkan harus berpusat pada peningkatan kualitas sistem penilaian dan pengawasan kompetisi.

Dengan pendekatan berbasis SCCT, penyelenggara KSM 2024 dapat memanfaatkan momen krisis ini untuk memperkuat citra sebagai lembaga yang bertanggung jawab dan terpercaya. Proses ini melibatkan integrasi prinsip transparansi dalam setiap tahap pelaksanaan kompetisi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi akhir.

Penelitian Terdahulu

1. Coombs, W. T. (2007). Dalam penelitian ini, Coombs menjelaskan bagaimana SCCT dapat digunakan untuk melindungi reputasi organisasi selama krisis. Fokusnya adalah pada strategi rebuild yang menekankan transparansi dan akuntabilitas, sangat relevan dengan kasus KSM 2024.
2. Solihin, Olih (2021) yang berjudul Implementasi Bid Data pada Sosial Media sebagai Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah. Penelitian ini menguraikan implementasi big data pada media sosial sebagai strategi komunikasi krisis pemerintah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur.
3. Kusumajaya dan Hibatulloh (2023) yang berjudul Manajemen Komunikasi Reputasi dan Krisis di PT Gunbuster Nickel Industry mengkaji manajemen komunikasi reputasi dan respons terhadap situasi krisis di PT Gunbuster Nickel Industry, sebuah perusahaan pertambangan nikel terkemuka di Indonesia. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi praktik terbaik perusahaan dalam menjaga dan memperbaiki reputasi saat menghadapi krisis. Penelitian ini menekankan pentingnya strategi komunikasi reputasi yang proaktif untuk menjaga keberlanjutan operasional dan citra positif perusahaan dalam menghadapi tantangan krisis.
4. R.A. Shofya Sartikasari Widhara (2023) mengkaji manajemen krisis public relations yang dilakukan oleh Polda Jabar dalam merespons kasus penganiayaan oleh oknum polisi untuk membangun citra positif melalui media massa. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis studi kasus berdasarkan teori krisis dari Coombs & Holladay. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran strategis public relations dalam menjaga citra institusi di tengah tantangan krisis.
5. Ivan Godang Wardiman dan Siti Amanah (2022) membahas manajemen komunikasi krisis dalam public relations pada Bank Indonesia selama pandemi COVID-19, yang memberikan dampak besar terhadap perekonomian global. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif, menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi literatur. Manajemen krisis yang dilakukan oleh Bank Indonesia tergolong baik, karena institusi ini berhasil menerapkan strategi komunikasi yang efektif selama pandemi COVID-19. Hal ini menunjukkan pentingnya peran komunikasi krisis dalam menjaga kepercayaan publik di tengah kondisi yang penuh tantangan.

METODE PENELITIAN

- Tipe dan Pendekatan Penelitian
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi manajemen krisis dalam pelaksanaan KSM 2024. Studi kasus dipilih

karena memungkinkan analisis mendalam terhadap proses dan praktik manajemen krisis yang dilakukan oleh panitia.

- Subjek Penelitian

Subjek penelitian melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk panitia KSM, peserta, orang tua, dan pengamat pendidikan. Dengan melibatkan berbagai perspektif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang transparansi dalam kompetisi.

- Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Proses ini dirancang untuk menggali informasi yang kaya tentang mekanisme seleksi, penilaian, dan pengawasan dalam KSM 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kompetisi Sains Madrasah

Kompetisi Sains Madrasah (KSM) merupakan ajang yang penting untuk mengembangkan minat dan bakat siswa dalam bidang sains. KSM tidak hanya berfungsi sebagai wadah kompetisi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas pendidikan di madrasah. Menurut Kementerian Agama (2024), KSM diharapkan dapat memotivasi siswa untuk lebih aktif dalam belajar sains dan teknologi.

Namun, penyelenggaraan KSM juga tidak lepas dari tantangan, terutama terkait dengan isu transparansi dan keadilan dalam penilaian. Data dari Kementerian Agama menunjukkan bahwa pada tahun 2023, terjadi peningkatan jumlah peserta, tetapi banyak dari mereka yang mengeluhkan kurangnya kejelasan dalam proses penilaian. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun KSM populer, masalah transparansi dapat mengancam keberlanjutan dan kredibilitasnya.

Contoh kasus yang relevan adalah ketika KSM diadakan di beberapa daerah, dan hasil penilaian dipertanyakan oleh peserta dan orang tua. Dalam situasi seperti ini, penting bagi panitia KSM untuk memberikan penjelasan yang jelas mengenai kriteria penilaian dan proses yang digunakan. Dengan melakukan hal ini, KSM dapat mengurangi ketidakpuasan dan meningkatkan kepercayaan peserta terhadap kompetisi.

Selain itu, KSM juga harus memperhatikan keberagaman dan inklusi dalam penyelenggaraannya. Kompetisi ini harus dapat diakses oleh semua siswa, tanpa memandang latar belakang sosial atau ekonomi. Dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua peserta, KSM dapat memastikan bahwa kompetisi berjalan dengan adil dan menghasilkan pemenang yang benar-benar berkualitas.

Akhirnya, untuk memastikan keberhasilan KSM, penting bagi panitia untuk terus melakukan evaluasi dan perbaikan. Dengan mendengarkan masukan dari peserta dan pemangku kepentingan lainnya, KSM dapat beradaptasi dan meningkatkan kualitas penyelenggaraannya dari tahun ke tahun. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan reputasi KSM, tetapi juga memberikan dampak positif bagi pendidikan sains di madrasah.

b. Reputasi

Reputasi merupakan aset yang sangat berharga bagi setiap organisasi, termasuk dalam konteks Kompetisi Sains Madrasah (KSM). Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik dan menarik lebih banyak peserta. Menurut Kusumajaya dan Hibatulloh (2023), reputasi yang positif sangat dipengaruhi oleh bagaimana organisasi menangani krisis dan berkomunikasi dengan publik.

Dalam konteks KSM, reputasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk transparansi dalam penyelenggaraan kompetisi. Data menunjukkan bahwa ketika KSM menghadapi isu transparansi, reputasinya dapat terpengaruh secara signifikan. Kementerian Agama (2024) mencatat bahwa penurunan kepercayaan publik terhadap KSM dapat berdampak pada partisipasi di tahun-tahun mendatang.

Contoh kasus yang relevan adalah ketika KSM menghadapi kritik dari peserta dan orang tua mengenai ketidakjelasan proses penilaian. Dalam situasi ini, penting bagi panitia KSM untuk segera merespons dengan tindakan nyata, seperti meningkatkan transparansi dan memberikan informasi yang jelas. Dengan melakukan hal ini, KSM dapat memperbaiki reputasinya di mata publik.

Reputasi juga dapat diperkuat melalui komunikasi yang efektif dan proaktif. Shofya dan Widhara (2023) menekankan bahwa komunikasi yang baik dapat membantu organisasi membangun citra positif dan mengurangi dampak negatif dari krisis. Dalam konteks KSM, ini berarti bahwa panitia harus secara aktif menginformasikan perkembangan dan hasil kompetisi kepada publik.

Akhirnya, untuk membangun dan mempertahankan reputasi yang baik, KSM perlu terus berkomitmen pada prinsip transparansi dan akuntabilitas. Dengan menciptakan lingkungan yang terbuka dan inklusif, KSM tidak hanya akan meningkatkan reputasinya, tetapi juga memberikan dampak positif bagi pendidikan sains di madrasah secara keseluruhan.

c. Manajemen Krisis Komunikasi

Manajemen krisis komunikasi adalah proses yang penting dalam menjaga reputasi organisasi, terutama ketika menghadapi situasi yang dapat merusak citra publik. Dalam konteks Kompetisi Sains Madrasah (KSM) 2024, isu transparansi menjadi sangat krusial. Menurut Ulmer, Sellnow, dan Seeger (n.d.), manajemen krisis komunikasi harus dilakukan dengan pendekatan yang sistematis untuk mengidentifikasi, merespons, dan memulihkan citra organisasi setelah krisis terjadi. Dalam hal ini, KSM perlu memiliki rencana komunikasi yang jelas untuk menangani potensi krisis yang mungkin muncul terkait dengan transparansi dalam penyelenggaraan kompetisi.

Salah satu contoh nyata adalah ketika terjadi kontroversi terkait penilaian peserta KSM di tahun-tahun sebelumnya. Ketidakpuasan peserta dan orang tua mengenai hasil yang dianggap tidak transparan dapat menyebabkan keraguan terhadap integritas kompetisi. Dalam situasi ini, penting bagi panitia KSM untuk segera merespons dengan memberikan penjelasan yang jelas dan transparan mengenai proses penilaian. Shofya dan Widhara (2023) menyebutkan bahwa komunikasi yang efektif dapat membantu membangun kembali kepercayaan publik setelah terjadinya krisis.

Data dari Kementerian Agama (2024) menunjukkan bahwa partisipasi dalam KSM terus meningkat setiap tahunnya, namun isu transparansi yang tidak ditangani dengan baik dapat berpotensi mengurangi minat peserta di masa mendatang. Oleh karena itu, manajemen krisis komunikasi yang baik harus mencakup strategi untuk melibatkan semua pemangku kepentingan, termasuk peserta, guru, dan orang tua, dalam proses pengambilan keputusan terkait transparansi.

Dalam hal ini, penguatan saluran komunikasi seperti media sosial dan platform digital lainnya sangat penting. Solihin (2021) menekankan bahwa penggunaan big data dalam analisis media sosial dapat membantu organisasi memahami persepsi publik dan merespons dengan tepat. Dengan memanfaatkan teknologi, KSM dapat mengumpulkan umpan balik dari peserta dan masyarakat untuk meningkatkan proses dan prosedur yang ada.

Akhirnya, manajemen krisis komunikasi tidak hanya berfokus pada pemulihan citra setelah krisis, tetapi juga pada pencegahan krisis di masa depan. Dengan membangun sistem komunikasi yang transparan dan responsif, KSM dapat mencegah terjadinya krisis yang lebih besar dan memastikan bahwa semua pihak merasa terlibat dan dihargai dalam proses kompetisi.

d. **Transparansi**

Transparansi dalam penyelenggaraan Kompetisi Sains Madrasah (KSM) 2024 menjadi isu yang sangat relevan, terutama dalam konteks kepercayaan publik. Menurut Jaelani (n.d.), transparansi adalah kunci untuk membangun hubungan yang baik antara organisasi dan publik. Dalam konteks KSM, transparansi tidak hanya berkaitan dengan proses penilaian, tetapi juga mengenai kriteria, mekanisme, dan hasil kompetisi.

Statistik menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan sering kali dipengaruhi oleh seberapa transparan mereka dalam menjalankan program-programnya. Kementerian Agama (2024) mencatat bahwa pada tahun 2023, terdapat penurunan partisipasi peserta KSM akibat kurangnya informasi yang jelas mengenai proses seleksi dan penilaian. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi yang rendah dapat berdampak negatif terhadap reputasi dan partisipasi dalam kompetisi.

Contoh kasus yang relevan adalah ketika beberapa lembaga pendidikan di Indonesia menghadapi masalah serupa, di mana kurangnya transparansi dalam proses penerimaan siswa baru menyebabkan protes dari orang tua dan masyarakat. Kasus ini menunjukkan bahwa transparansi tidak hanya penting dalam konteks KSM, tetapi juga dalam semua aspek pendidikan. Dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses, KSM dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan partisipasi.

Selain itu, komunikasi yang transparan juga mencakup keterlibatan semua pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan. Azista dan Astuti (2021) menjelaskan bahwa partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan dapat meningkatkan akuntabilitas dan legitimasi. Dalam konteks KSM, ini berarti melibatkan guru, peserta, dan orang tua dalam diskusi mengenai kriteria penilaian dan proses seleksi.

Akhirnya, transparansi harus menjadi bagian integral dari budaya organisasi KSM. Dengan membangun sistem yang mendukung transparansi, KSM tidak hanya akan

meningkatkan kepercayaan publik tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan partisipatif. Ini akan menghasilkan kompetisi yang lebih adil dan berkualitas, serta meningkatkan reputasi KSM di mata publik.

e. Teori SCCT

Teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT) merupakan kerangka kerja yang penting dalam memahami bagaimana organisasi dapat mengelola krisis komunikasi. Menurut Daugherty (2011), SCCT menekankan pentingnya respons yang sesuai terhadap krisis berdasarkan konteks dan sifat dari krisis itu sendiri. Dalam konteks KSM, penerapan teori ini dapat membantu panitia dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif ketika menghadapi isu transparansi.

Salah satu prinsip utama dari SCCT adalah bahwa respons yang tepat dapat mengurangi dampak negatif dari krisis terhadap reputasi organisasi. Dalam kasus KSM, jika terjadi krisis terkait transparansi, panitia perlu segera merespons dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai proses penilaian dan penyelenggaraan kompetisi. Dengan melakukan hal ini, KSM dapat meminimalkan kerugian reputasi dan membangun kembali kepercayaan publik.

Selain itu, SCCT juga menekankan pentingnya memahami persepsi publik terhadap krisis. Azista dan Astuti (2021) menjelaskan bahwa organisasi harus melakukan analisis terhadap bagaimana publik melihat krisis yang terjadi. Dalam konteks KSM, ini berarti bahwa panitia perlu mendengarkan masukan dan keluhan dari peserta dan orang tua untuk memahami kekhawatiran mereka.

Contoh penerapan SCCT dalam KSM dapat dilihat ketika panitia menghadapi kritik mengenai ketidakjelasan proses penilaian. Dalam situasi ini, panitia dapat menggunakan pendekatan yang bersifat akuntabel dengan memberikan penjelasan yang transparan dan terbuka mengenai kriteria penilaian. Dengan demikian, KSM dapat menunjukkan bahwa mereka bertanggung jawab dan peduli terhadap keadilan dalam kompetisi.

Penerapan teori SCCT dalam manajemen krisis komunikasi KSM tidak hanya membantu dalam menangani situasi saat ini, tetapi juga dalam membangun fondasi yang kuat untuk komunikasi di masa depan. Dengan terus berkomitmen pada prinsip-prinsip transparansi dan akuntabilitas, KSM dapat memastikan bahwa mereka tetap relevan dan dipercaya oleh publik.

KESIMPULAN

Dalam menghadapi isu transparansi pada Kompetisi Sains Madrasah (KSM) 2024, manajemen krisis komunikasi yang efektif sangat diperlukan untuk menjaga reputasi dan kepercayaan publik. Transparansi dalam proses seleksi dan penilaian merupakan kunci untuk memastikan keadilan dan akuntabilitas. Penerapan teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dapat membantu panitia KSM dalam merespons isu-isu yang muncul dengan cara yang strategis dan tepat. Dengan demikian, KSM dapat membangun reputasi yang positif dan menarik lebih banyak peserta serta dukungan dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L., Hermansah, T., & UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, N. (2023). Analisis Komunikasi Krisis Situasional Trans TV (Studi Kasus Program Kopi Viral Episode Saipul Jamil). In *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* (Vol. 3, Issue 1).
- Azista, F., & Astuti, K. (2021). Teori Komunikasi Krisis Situasional: Strategi Komunikasi Pemerintah dan Walhi dalam Penanganan Asap Riau Tahun. 6(8).
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176.
- Daugherty, E. L. (2011). The public relations internship experience: A comparison of student and site supervisor perspectives. *Public Relations Review*, 37(5), 470–477.
- Jaelani, E. (n.d.). *MANAJEMEN KRISIS KOMUNIKASI (Tinjauan Teoritis dan Praktis)*. Kementerian Agama. (2024). *JUKNIS KSM 2024. Petunjuk Teknis Pelaksanaan Kompetisi Sains Madrasah 2024*.
- Kusumajaya, F., & Hibatulloh, M. N. (2023). Manajemen Komunikasi Reputasi dan Krisis di PT Gunbuster Nickel Industry. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(3), 561–570.
- Shofya, R. A., & Widhara, S. (2023). Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR) *MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS POLDA JABAR DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA MASSA*. In *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)* (Vol. 2, Issue 1).
- Solihin, O. (2021). *IMPLEMENTASI BIG DATA PADA SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS PEMERINTAH*. *Jurnal Common |*, 5(1).
- Ulmer, R. R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (n.d.). *Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity*.
- Wardiman, I. G., & Amanah, S. (2022). Manajemen Krisis: Komunikasi Krisis dalam Public Relations pada Bank Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 503–511.
- Widhara, R. A. S. (2023). Manajemen Krisis Public Relations Polda Jabar Dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Massa. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 2 (1), 1–10.