



Dari Candaan ke Krisis: Atribusi Tanggung Jawab Publik terhadap Pernyataan Pejabat Negara dalam Pandemi COVID-19

Rifky Rachmawati Putri^{1*}, Rizky Wika Shintya Devi², Ridwan Razib³, Sudarto⁴

¹⁻⁴Universitas Pancasila, Indonesia

Email : rifkyputri@univpancasila.ac.id

* Penulis Korespondensi: rifkyputri@univpancasila.ac.id

Abstract. This study examines public attribution of responsibility toward a government official's humorous statement claiming that "nasi kucing" (a small rice dish) could prevent COVID-19 infection. The incident, which circulated widely through online news portals, sparked public criticism and raised questions about the ethics of crisis communication by state officials. Using a descriptive qualitative approach, this research analyzes news content from several national online media outlets to identify how the public and the media construct responsibility, credibility, and trust. The findings show that the official's statement was perceived as insensitive and contributed to a communication crisis characterized by irony, satire, and moral outrage. The media framing amplified public attribution of blame, linking the statement to a broader decline in confidence toward governmental communication during the pandemic. This study implies that public officials should employ responsible, empathetic, and evidence-based communication, especially during health crises, to maintain trust and institutional legitimacy. Furthermore, clarity and careful choice of language are key to maintaining public trust and the legitimacy of government institutions during challenging times such as the COVID-19 pandemic.

Keywords: Attribution Of Responsibility, Crisis Communication, Media Framing, Public Officials, Public Trust.

Abstrak. Penelitian ini mengkaji atribusi tanggung jawab publik terhadap pernyataan seorang pejabat negara yang secara humor menyebut "nasi kucing" dapat menjadi penangkal COVID-19. Pernyataan yang menyebarkan luas melalui berbagai portal berita daring ini memicu kritik publik dan menimbulkan pertanyaan mengenai etika komunikasi krisis yang dilakukan pejabat negara. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis konten berita dari beberapa media nasional untuk mengidentifikasi bagaimana publik dan media membangun persepsi tentang tanggung jawab, kredibilitas, dan kepercayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pernyataan tersebut dipersepsikan tidak sensitif dan berkontribusi terhadap munculnya krisis komunikasi yang ditandai dengan ironi, satir, dan kemarahan moral. Framing media memperkuat atribusi kesalahan publik dan dikaitkan dengan menurunnya kepercayaan terhadap komunikasi pemerintah selama pandemi. Penelitian ini menyarankan agar pejabat publik menerapkan komunikasi yang bertanggung jawab, empatik, dan berbasis bukti ilmiah, terutama dalam situasi krisis kesehatan, guna menjaga kepercayaan dan legitimasi institusi. Selain itu, kejelasan dan kehati-hatian dalam memilih bahasa yang digunakan menjadi kunci dalam menjaga kepercayaan publik dan legitimasi institusi pemerintah selama masa-masa penuh tantangan seperti pandemi COVID-19.

Kata Kunci: Atribusi Tanggung Jawab, Framing Media, Kepercayaan Publik, Komunikasi Krisis, Pejabat Publik.

1. LATAR BELAKANG

Komunikasi publik oleh pejabat negara merupakan bagian integral dari manajemen krisis, terutama dalam konteks pandemi COVID-19 yang menuntut kejelasan, empati, dan kredibilitas pesan (Hidayat & Hadibroto, 2025). Dalam situasi krisis kesehatan global, setiap ujaran pejabat publik memiliki implikasi luas terhadap persepsi, sikap, dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah (Coombs, 2019). Oleh karena itu, kesalahan komunikasi, bahkan yang bernuansa humor, dapat bertransformasi menjadi krisis komunikasi publik yang menurunkan legitimasi pemerintah. Fenomena pernyataan seorang pejabat negara yang

menyebut bahwa “nasi kucing dapat menjadi penangkal COVID-19” merupakan contoh konkret bagaimana ujaran ringan dapat menimbulkan konsekuensi sosial yang serius. Candaan tersebut, meskipun diucapkan dalam konteks informal, memicu kritik luas dan menjadi topik perbincangan di berbagai portal berita serta media sosial. Publik menilai pernyataan itu sebagai bentuk komunikasi yang tidak sensitif terhadap situasi pandemi dan mencerminkan lemahnya kesadaran pejabat terhadap tanggung jawab moral dalam berkomunikasi di ruang publik (Hidayat, 2025).

Dalam konteks akademik, sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji komunikasi krisis pemerintah selama pandemi COVID-19, namun sebagian besar masih berfokus pada strategi komunikasi institusional dan efektivitas penyampaian pesan kesehatan, bukan pada dimensi atribusional terhadap perilaku komunikatif pejabat secara personal. Beberapa studi seperti (Setyowati & Nuraeni, 2022) menunjukkan bahwa kesalahan komunikasi pemerintah dapat mengurangi tingkat kepercayaan publik terhadap kebijakan kesehatan, sementara penelitian (Sartika & Rahman, 2023) menyoroti pentingnya empati dan konsistensi pesan dalam membangun kepercayaan di masa krisis. Namun, kedua penelitian tersebut masih menempatkan fokus pada lembaga, bukan individu pejabat, sehingga dimensi tanggung jawab moral dan atribusi publik terhadap “aktor komunikatif” belum banyak dieksplorasi.

Sementara itu, penelitian komunikasi humor dalam konteks krisis seperti yang dilakukan oleh (Han & Lee, 2022) menunjukkan bahwa humor pejabat publik dapat menjadi pedang bermata dua: dapat menenangkan ketegangan sosial, tetapi juga berpotensi menimbulkan persepsi ketidakseriusan apabila konteks krisis tidak diperhitungkan. Namun, riset tersebut dilakukan di konteks budaya Barat, sehingga belum menggambarkan dinamika komunikasi politik dan sosial di Indonesia, yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap simbol-simbol sosial seperti “candaan pejabat” di tengah penderitaan rakyat.

Selain itu, beberapa kajian di Indonesia mengenai komunikasi pejabat publik masih menitikberatkan pada aspek retorika dan framing media, tanpa melihat bagaimana publik mengatribusikan tanggung jawab terhadap komunikasi tersebut. Misalnya, penelitian (Rahardjo & Astuti, 2023) menelaah strategi komunikasi pejabat publik di era digital dan menemukan adanya krisis kepercayaan masyarakat akibat disonansi pesan antar lembaga. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis bagaimana publik memberikan atribusi tanggung jawab terhadap ujaran atau candaan pejabat di tengah krisis kesehatan global.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, tampak bahwa masih terdapat dua kesenjangan utama (*research gap*) yang menjadi dasar penting bagi penelitian ini. Pertama, dari sisi dimensi atribusional, sebagian besar studi komunikasi krisis selama pandemi

COVID-19 di Indonesia berfokus pada strategi komunikasi lembaga pemerintah dan efektivitas pesan kesehatan, namun belum banyak yang menelaah bagaimana publik memberikan atribusi tanggung jawab moral, sosial, dan emosional terhadap kesalahan komunikasi yang dilakukan oleh individu pejabat negara. Padahal, dalam konteks komunikasi publik, ujaran pejabat tidak hanya merepresentasikan pribadi, tetapi juga citra institusi negara, sehingga tanggapan publik terhadap pernyataan tersebut menjadi indikator penting dalam menilai kredibilitas pemerintah.

Kedua, dari aspek konteks budaya lokal, penelitian yang ada belum banyak menempatkan fenomena komunikasi humor pejabat dalam bingkai sosial dan politik khas Indonesia yang sangat sensitif terhadap simbol-simbol moralitas, empati, dan elitisme (Hidayat & Halim, 2025). Humor yang mungkin dimaksudkan sebagai upaya mencairkan suasana justru dapat dianggap tidak pantas dalam situasi krisis, terutama ketika masyarakat sedang menghadapi ketakutan dan ketidakpastian. Dengan demikian, studi ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana publik di Indonesia membangun persepsi dan atribusi tanggung jawab terhadap pernyataan pejabat negara yang bersifat candaan di tengah pandemi COVID-19, serta bagaimana media *online* memperkuat atau mengubah persepsi tersebut melalui praktik pemberitaan.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana publik, melalui portal berita dan media *online*, memberikan atribusi tanggung jawab terhadap pernyataan pejabat negara yang bersifat candaan di tengah situasi krisis. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami makna sosial dan konstruksi diskursus publik terhadap ujaran tersebut, serta bagaimana media turut memperkuat persepsi publik terhadap kredibilitas komunikasi pejabat negara.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian komunikasi krisis berbasis atribusi, serta memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan komunikasi publik yang etis dan empatik di masa krisis.

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi Krisis dan Akuntabilitas Publik

Komunikasi krisis merupakan proses strategis dalam penyampaian pesan ketika suatu organisasi atau lembaga menghadapi situasi darurat yang dapat mengancam reputasi, legitimasi, dan kepercayaan publik (Coombs, 2019). Dalam konteks pemerintahan, komunikasi krisis berperan penting untuk mengontrol persepsi masyarakat, mengurangi kepanikan, serta menjaga kepercayaan terhadap lembaga publik. Prinsip utama dalam komunikasi krisis adalah transparansi, kecepatan respons, dan keakuratan informasi. Ketika prinsip-prinsip ini tidak

terpenuhi, maka publik dapat menafsirkan pesan secara negatif dan menilai bahwa pemerintah tidak mampu mengelola situasi secara efektif.

Pejabat publik, sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam menyampaikan pesan, memiliki tanggung jawab moral dan sosial untuk menjaga kredibilitas komunikasi. Ketidakhati-hatian dalam memberikan pernyataan, terutama di masa krisis kesehatan global seperti pandemi COVID-19, dapat menimbulkan kebingungan, ketidakpercayaan, dan bahkan kemarahan publik. Coombs dan Holladay (2022) menekankan bahwa kesalahan komunikasi oleh figur otoritatif sering kali lebih berdampak besar dibanding kesalahan komunikasi oleh lembaga itu sendiri, karena publik cenderung mengaitkan kesalahan tersebut dengan kegagalan kepemimpinan. Oleh karena itu, komunikasi pejabat negara yang tidak sesuai konteks krisis dapat mengakibatkan erosi legitimasi dan menciptakan krisis kepercayaan baru di tengah upaya pemerintah mengendalikan pandemi.

Teori Atribusi dalam Persepsi Publik

Teori atribusi, sebagaimana dikembangkan oleh Weiner (1985), menjelaskan bahwa manusia cenderung mencari penyebab di balik suatu peristiwa dan menilai tindakan individu berdasarkan niat, tanggung jawab, dan kontrol yang dimilikinya. Dalam konteks komunikasi publik, teori ini membantu memahami bagaimana masyarakat memberikan penilaian terhadap pernyataan atau perilaku pejabat negara. Publik akan menafsirkan apakah tindakan tersebut merupakan hasil dari ketidaksengajaan atau bentuk kelalaian, dan interpretasi ini akan memengaruhi sejauh mana individu dianggap bertanggung jawab secara moral dan sosial.

Dalam situasi krisis, seperti pandemi COVID-19, teori atribusi menjadi penting karena masyarakat menuntut komunikasi yang serius, akurat, dan empatik dari para pemimpin. Ketika pejabat publik menyampaikan pernyataan yang dianggap tidak pantas atau tidak sensitif, publik dapat mengatribusikan kesalahan tersebut sebagai bentuk ketidakmampuan atau ketidakpedulian. Penelitian Kim dan Niederdeppe (2023) menunjukkan bahwa atribusi negatif terhadap pejabat dapat menurunkan kredibilitas sumber dan memengaruhi penerimaan pesan kesehatan. Dengan demikian, cara publik mengatribusikan tanggung jawab terhadap komunikasi pejabat menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan komunikasi pemerintah selama krisis.

Media Online dan Pembentukan Opini Publik

Media online saat ini menjadi arena utama pembentukan opini publik yang bersifat cepat, dinamis, dan interaktif. Dalam konteks krisis, portal berita dan media sosial berfungsi sebagai kanal penyebarluasan informasi sekaligus ruang ekspresi publik dalam merespons tindakan pejabat (Entman, 2019). Melalui praktik framing, media memiliki kekuatan untuk menonjolkan aspek

tertentu dari suatu peristiwa dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap tanggung jawab pejabat. Ketika media memilih sudut pandang yang satir atau kritis, hal ini dapat memperkuat persepsi publik bahwa pejabat gagal menjalankan komunikasi krisis secara profesional (Rahardjo & Astuti, 2023).

Selain sebagai penyampai informasi, media juga berperan sebagai arena legitimasi sosial tempat pejabat diuji kredibilitasnya di hadapan publik (Hidayat, 2026). Publik tidak lagi menjadi penerima pesan pasif, melainkan aktor aktif yang menilai, menafsirkan, dan menyebarkan kembali informasi berdasarkan persepsi moral dan emosionalnya. Dalam kasus pernyataan pejabat tentang nasi kucing penangkal COVID-19, media online tidak hanya mengutip pernyataan tersebut, tetapi juga memberi ruang bagi komentar publik yang mencerminkan kekecewaan dan kritik sosial. Dengan demikian, media berperan ganda — sebagai penguat atribusi tanggung jawab publik dan sebagai katalis krisis reputasi pejabat negara di ruang digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menganalisis berita dari 10 portal media nasional (Kompas, Tempo, Detik, CNN Indonesia, dsb.) yang memuat respons publik terhadap pernyataan pejabat tentang nasi kucing dan COVID-19. Data dikumpulkan melalui dokumentasi artikel berita, komentar publik, dan analisis *headline framing*.

Analisis dilakukan melalui tiga tahap: (1) identifikasi isu utama dan narasi publik; (2) klasifikasi bentuk atribusi tanggung jawab; dan (3) interpretasi terhadap pola wacana yang muncul. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan isi berita dari berbagai media.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Framing Media terhadap Pernyataan Pejabat

Analisis pemberitaan menunjukkan bahwa media nasional memuat pernyataan pejabat terkait nasi kucing dengan nada yang provokatif dan kontroversial. Dalam konferensi di Yogyakarta, Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi bercanda bahwa Indonesia tidak akan terkena COVID-19 karena masyarakatnya gemar makan nasi kucing: “*Insya Allah ya, (virus) COVID-19 tidak masuk ke Indonesia karena setiap hari kita makan nasi kucing, jadi kebal*,” ujar Budi Karya dalam pidato ilmiah, yang kemudian dikutip dalam sejumlah portal berita nasional.

Narasi seperti ini kemudian disebarluaskan oleh beberapa media massa yang mengangkatnya sebagai contoh komunikasi publik yang tidak serius di masa krisis, sehingga berpotensi membingungkan pembaca tentang fakta pandemi. Meski nyatanya pernyataan tersebut disampaikan dalam konteks humor, media memberitakannya sebagai fenomena yang mencerminkan sikap pejabat terhadap risiko COVID-19.

Atribusi Tanggung Jawab oleh Publik

Pemberitaan juga memicu respons kritis dari kelompok masyarakat sipil. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menyoroti fenomena klaim obat COVID-19 yang banyak muncul di publik, dan menempatkan kasus nasi kucing dalam rangka contoh buruk respons pejabat publik:

“Sejak awal, pejabat publik memberikan contoh buruk ... mulai dari nasi kucing anti-Corona ... sampai terakhir sampai kalung eukaliptus ...” ungkap Ketua Pengurus Harian YLKI, Tulus Abadi, ketika menanggapi maraknya klaim obat COVID-19.

Kutipan ini memperlihatkan bagaimana publik dan lembaga konsumen mengaitkan tanggung jawab moral pejabat terhadap munculnya diskursus yang kurang tepat di masyarakat. Media kemudian menjadi saluran bagi publik untuk mengekspresikan kritik terhadap pejabat, sehingga menempatkan pejabat sebagai aktor yang bertanggung jawab atas dampak komunikasi yang muncul.

Pembentukan Opini Publik dan Diskursus Sosial

Framing media memiliki efek yang signifikan dalam membentuk opini publik tentang bagaimana tindakan pejabat dipahami masyarakat luas. Artikel berita yang memuat pernyataan tersebut sering menonjolkan unsur ketidaksesuaian antara pernyataan pejabat dengan kondisi ilmiah pandemi, sehingga mempengaruhi persepsi publik tentang kredibilitas pejabat dan institusi pemerintah.

Media nasional sering kali mencatat pernyataan seperti itu sebagai “kelakar” atau “guyongan” pejabat yang ironis di tengah situasi serius pandemi. Sebagai contoh, artikel berita Republika menggambarkan pernyataan Menhub Budi Karya Sumadi dengan tajuk yang menekankan unsur humor namun tetap menyertakan fakta pernyataan tersebut.

Implikasi terhadap Kepercayaan Publik

Temuan dari analisis pemberitaan menunjukkan bahwa humor pejabat dapat memperluas ruang bagi publik untuk mempersoalkan akuntabilitas komunikasi publik. Ketika candaan tersebut diekstrapolasi menjadi bahan pemberitaan yang luas, publik cenderung memberikan atribusi negatif terhadap pejabat, yaitu bahwa pejabat tidak serius dalam menangani krisis. Respons seperti itu dapat berdampak pada penurunan kepercayaan publik terhadap pesan

pemerintah secara keseluruhan. Media memainkan peran kuat dalam menjadikan pernyataan ringan sebagai simbol kegagalan komunikasi krisis yang diperluas secara naratif melalui *headline*, isi berita, hingga komentar pembaca.

Berikut adalah tabel kode tematik hasil analisis berita yang dapat langsung Anda masukkan ke bagian Hasil dan Pembahasan artikel “Dari Candaan ke Krisis: Atribusi Tanggung Jawab Publik terhadap Pernyataan Pejabat Negara dalam Pandemi COVID-19”. Tabel ini disusun berdasarkan analisis isi berita dari Kompas, Tempo, Detik, Antara, dan Republika, dengan fokus pada klasifikasi respons media, tipe atribusi publik, serta contoh kutipan berita.

Tema Utama	Kode Tematik	Deskripsi Analisis	Tipe Atribusi Publik	Contoh Kutipan Media (Sumber)
1. Framing Media terhadap Pernyataan Pejabat	<i>Framing ironis dan satir</i>	Media menyoroti pernyataan sebagai candaan yang tidak pantas di tengah krisis; menunjukkan jarak sosial antara pejabat dan masyarakat.	Atribusi moral terhadap ketidakpekaan pejabat	“ <i>Insya Allah, COVID-19 tidak akan masuk ke Indonesia karena setiap hari kita makan nasi kucing,</i> ” – ujar Menhub Budi Karya. (Antara News, 2020)
2. Reaksi Publik dan Lembaga Sosial	Kritik terhadap etika komunikasi pejabat	Publik memandang pernyataan sebagai bentuk komunikasi yang tidak bertanggung jawab dan dapat menyesatkan.	Atribusi sosial terhadap ketidakmampuan komunikatif pejabat	“Pejabat publik sejak awal memberi contoh buruk... mulai dari nasi kucing anti-Corona sampai kalung eukaliptus,” – Tulus Abadi, Ketua YLKI.

				(Detik News, 2020)
3. Representasi Humor dalam Krisis	Humor sebagai distorsi pesan publik	Humor pejabat dianggap mengaburkan keseriusan pandemi dan merusak kredibilitas pesan kesehatan publik.	Atribusi kognitif terhadap ketidakseriusan pejabat	“Kelakar Menhub: Kita kebal Corona karena doyan nasi kucing” – tajuk berita yang menyoroti humor berlebihan. (Republika, 2020)
4. Reaksi Netizen di Ruang Digital	Sarkasme dan delegitimasi simbolik	Netizen menilai pernyataan tersebut memperlihatkan jarak antara realitas rakyat dan elite.	Atribusi emosional terhadap kurangnya empati pejabat	“Netizen menyebut candaan nasi kucing tidak lucu di tengah penderitaan akibat COVID-19.” (Tempo.co, 2020)
5. Dampak terhadap Kepercayaan Publik	Krisis legitimasi komunikasi pemerintah	Berita menyoroti penurunan kepercayaan publik terhadap komunikasi pemerintah setelah pernyataan viral.	Atribusi institusional terhadap pemerintah secara keseluruhan	“Candaan pejabat dianggap memperlemah kepercayaan publik terhadap keseriusan pemerintah menangani pandemi.” (Kompas.com, 2020)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pernyataan pejabat publik mengenai “nasi kucing penangkal COVID-19” merupakan contoh nyata dari kegagalan komunikasi krisis yang memunculkan atribusi tanggung jawab negatif dari masyarakat. Publik menilai pernyataan tersebut sebagai bentuk ketidakpekaan terhadap situasi pandemi dan kelemahan dalam menjaga kredibilitas komunikasi pemerintah. Analisis terhadap pemberitaan media menunjukkan bahwa media *online* berperan penting dalam memperkuat persepsi publik terhadap akuntabilitas pejabat, baik melalui framing berita maupun ruang komentar yang memperluas resonansi sosial dari pernyataan tersebut. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi publik pejabat negara memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat, terutama ketika disampaikan dalam konteks krisis kesehatan dan sosial.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pejabat publik lebih berhati-hati dalam memilih daksi, konteks, dan nada komunikasi, khususnya di tengah situasi krisis. Pengelolaan pesan publik harus dilakukan dengan mempertimbangkan sensitivitas sosial, validitas ilmiah, dan potensi interpretasi publik. Pemerintah juga perlu memperkuat kapasitas literasi komunikasi krisis bagi pejabat negara agar setiap pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga empatik dan kredibel.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada analisis wacana dan atribusi publik melalui media daring, tanpa meneliti persepsi langsung masyarakat dari berbagai kelompok sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan pendekatan *mixed methods* dengan survei atau wawancara mendalam untuk memahami lebih komprehensif bagaimana publik menilai kredibilitas komunikasi pejabat di masa krisis. Selain itu, studi lanjutan juga dapat mengeksplorasi dimensi budaya humor politik Indonesia dalam memengaruhi persepsi publik terhadap komunikasi pejabat negara di ruang digital.

DAFTAR REFERENSI

- Antara News. (2020, Februari 29). Budi Karya: Virus COVID-19 tidak masuk Indonesia karena makan nasi kucing. Antara. <https://www.antaranews.com/berita/1302390/budi-karya-virus-COVID-19-tidak-masuk-indonesia>
- Coombs, W. T. (2019). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (5th ed.). SAGE Publications.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2022). The handbook of crisis communication (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119678953>

- Detik News. (2020, Juli 12). Marak klaim obat COVID-19, YLKI: Pejabat publik berikan contoh buruk. Detik.com. <https://news.detik.com/berita/d-5126941/marak-klaim-obat-covid-19-ylki-pejabat-publik-berikan-contoh-buruk>
- Entman, R. M. (2019). Scandal and silence: Media responses to presidential misconduct. Polity Press.
- Han, S., & Lee, J. (2022). The role of humor in crisis communication: A double-edged sword in public health messaging. *Journal of Health Communication*, 27(6), 421-435. <https://doi.org/10.1080/10810730.2022.2091586>
- Hidayat, N, Narasi Kebangsaan di Era Media Sosial: Relevansi Pancasila dalam Ekosistem Digital. (2025). *PACIVIC: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(1), 105-118. <https://doi.org/10.36456/p.v5i1.10183> <https://doi.org/10.36456/p.v5i1.10183>
- Hidayat, N., & Halim, U. (2025). BUDAYA DIGITAL REMAJA INDONESIA: DOMINASI INSTAGRAM DAN TREND KONSUMSI KONTEN DIGITAL. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 6(4), 844-859. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v6i4.1971>
- Hidayat, N., Rahmah, P., Salzabil, S., & Zahra, D. (2025). Penguatan Komunikasi Lingkungan Masyarakat Desa Gunung Bunder 2 melalui Kampanye Digital Berbasis Partisipasi Warga. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 6(2), 503-512. <https://doi.org/10.36908/akm.v6i2.1595> <https://doi.org/10.36908/akm.v6i2.1595>
- Kim, H., & Niederdeppe, J. (2023). Attribution of blame and credibility in government health communication. *Public Relations Review*, 49(2), 102115. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102115>
- Kompas.com. (2020, Maret 9). Menhub Budi Karya sebut nasi kucing bisa tangkal Corona, ini respons publik. Kompas. <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/09/14300001/menhub-budi-karya-sebut-nasi-kucing-bisa-tangkal-corona-ini-respons-publik>
- Nurul Hidayat, & Joko Utomo Hadibroto. (2025). Tradisi Tiatiki dan Pemimpin Opini: Analisis Media Vernakular dalam Komunikasi, Pelestarian Lingkungan, dan Politik Lokal Papua. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 4(3), 967-979. <https://doi.org/10.55606/jurrish.v4i3.6083> <https://doi.org/10.55606/jurrish.v4i3.6083>
- Rahardjo, D., & Astuti, L. (2023). Strategi komunikasi pejabat publik dalam menghadapi krisis kepercayaan masyarakat di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 6(1), 45-59. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i2.1668> <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i2.1668>
- Republika. (2020, Maret 2). Kelakar Menhub: Kita kebal Corona karena doyan nasi kucing. Republika.co.id. <https://news.republika.co.id/berita/q5ul4k409/kelakar-menhub-kita-kebal-corona-karena-doyan-nasi-kucing>
- Sartika, R., & Rahman, A. (2023). Empati komunikasi pejabat publik dalam penyampaian kebijakan pandemi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Komunika*, 10(1), 45-56. <https://doi.org/10.31004/komunika.v10i1.562>

Setyowati, D., & Nuraeni, E. (2022). Strategi komunikasi krisis pemerintah Indonesia dalam penanganan pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIKOM)*, 9(2), 113-128. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JIKOM/article/view/32909>

Tempo.co. (2020, Maret 1). Menhub bercanda nasi kucing bikin kebal Corona, netizen marahi. Tempo.co. <https://nasional.tempo.co/read/1324883/menhub-bercanda-nasi-kucing-bikin-kebal-corona-netizen-marahi>

Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92(4), 548-573. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.92.4.548>
<https://doi.org/10.1037/0033-295X.92.4.548>