

**Pengaruh Komunikasi Krisis Agensi Gold Medalis Terhadap Citra Diri Kim Soo Hyun
(Studi Kasus Pengikut Instagram @yukaris.id)**

Angelina Valent Irene Cahya Putri

Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

angelinavalent.22005@mhs.unesa.ac.id

Vinda Maya Setianingrum

Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

vindasetianingrum@unesa.ac.id

Abstrak

Krisis yang melibatkan figur publik berpotensi memengaruhi citra dan kepercayaan publik sehingga diperlukan strategi komunikasi krisis yang tepat untuk meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers yang dilakukan Gold Medalist terhadap citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 388 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert empat poin yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi krisis melalui konferensi pers berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia, dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,351. Temuan ini menunjukkan bahwa penyampaian komunikasi krisis yang jelas, terbuka, konsisten, tepat waktu, dan terstruktur mampu membentuk persepsi positif serta mempertahankan citra figur publik di tengah situasi krisis. Dengan demikian, konferensi pers menjadi salah satu strategi komunikasi krisis yang efektif dalam menjaga citra figur publik di mata penggemar.

Kata Kunci: Citra Diri, Komunikasi Krisis, Kim Soo Hyun, Konferensi Pers, SCCT

Abstract

Crises involving public figures have the potential to influence public image and trust, making effective crisis communication strategies essential to minimize negative impacts. This study aims to examine the effect of crisis communication through a press conference conducted by Gold Medalist on Kim Soo Hyun's self-image among Indonesian fans. This research employed a quantitative explanatory approach using a survey method. A total of 388 respondents were selected through purposive sampling. Data were collected using a structured questionnaire with a four-point Likert scale that had passed validity and reliability tests. The data were analyzed using simple linear regression. The findings indicate that crisis communication through the press conference has a positive and significant effect on Kim Soo Hyun's self-image among Indonesian fans, with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$) and a regression coefficient of 0.351. The results suggest that clear, transparent, consistent, timely, and well-structured crisis communication contributes to developing positive perceptions and maintaining the public image of a public figure during a crisis. Therefore, a press conference

can serve as an effective crisis communication strategy for preserving the public image of a public figure in the eyes of fans.

Keywords: Self Image, Crisis Communication, Kim Soo Hyun, Press Conference, SCCT

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan media digital telah mengubah pola penyebaran informasi sehingga berbagai isu dapat berkembang secara cepat dan menjangkau masyarakat dalam waktu singkat. Perubahan tersebut menyebabkan figur publik menjadi lebih rentan menghadapi krisis reputasi karena setiap informasi yang berkaitan dengan kehidupan pribadi maupun profesionalnya dapat dengan mudah memperoleh perhatian masyarakat. Dalam kondisi demikian, komunikasi krisis menjadi aspek penting untuk mengurangi ketidakpastian, memberikan klarifikasi, serta mempertahankan kepercayaan publik terhadap individu maupun organisasi yang menghadapi krisis. Menurut Coombs (2021), komunikasi krisis merupakan proses penyampaian informasi yang dilakukan secara terencana untuk meminimalkan dampak negatif krisis sekaligus melindungi reputasi pihak yang terdampak.

Fenomena tersebut semakin nyata pada industri hiburan Korea Selatan yang mengalami perkembangan pesat melalui gelombang *Korean Wave* (*Hallyu*). Meningkatnya popularitas budaya Korea menjadikan aktor dan figur publik Korea Selatan memperoleh perhatian yang besar dari masyarakat internasional. Berdasarkan laporan Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE), nilai ekspor industri konten budaya Korea Selatan pada tahun 2023 mencapai 19,5 triliun won, menunjukkan besarnya pengaruh industri hiburan Korea di pasar global. Selain itu, survei Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) tahun 2024 menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan tingkat ketertarikan tertinggi terhadap budaya Korea Selatan, yaitu sebesar 86,3%, yang mencakup drama, musik, film, dan budaya populer lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa setiap isu yang melibatkan aktor Korea Selatan berpotensi

memperoleh perhatian luas dari masyarakat Indonesia

Salah satu figur publik yang menjadi perhatian masyarakat adalah Kim Soo Hyun, aktor Korea Selatan yang dikenal melalui berbagai drama populer seperti *Dream High* (2011), *Moon Embracing the Sun* (2012), *My Love from the Star* (2013), *It's Okay to Not Be Okay* (2020), dan *Queen of Tears* (2024). Popularitas tersebut menjadikan Kim Soo Hyun sebagai salah satu aktor dengan pengaruh besar di industri hiburan Korea Selatan. Namun, pada awal tahun 2025 namanya menjadi sorotan publik setelah muncul dugaan keterlibatannya dalam hubungan dengan mendiang aktris Kim Sae Ron ketika masih di bawah umur. Isu tersebut berkembang secara masif melalui media massa maupun media sosial sehingga memunculkan berbagai persepsi publik yang berpotensi memengaruhi citra Kim Soo Hyun sebagai figur publik. Bahkan, beberapa perusahaan seperti Prada dan Dinto memutuskan untuk menghentikan kerja sama komersial dengan Kim Soo Hyun sebagai bentuk mitigasi risiko reputasi perusahaan.

Di Indonesia, isu tersebut juga memperoleh perhatian yang tinggi. Pengamatan terhadap media sosial menunjukkan bahwa diskusi mengenai Kim Soo Hyun berkembang secara aktif pada berbagai platform, seperti X (Twitter), Instagram, dan TikTok. Salah satu komunitas penggemar yang aktif mengikuti perkembangan kasus tersebut adalah akun Instagram @yukaris.id. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, rata-rata interaksi pada unggahan akun tersebut meningkat dari 756 interaksi sebelum kasus menjadi 3.376 interaksi setelah kontroversi berkembang. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa krisis yang dialami Kim Soo Hyun tidak hanya menjadi konsumsi media, tetapi juga memengaruhi keterlibatan penggemar dalam membentuk opini publik.

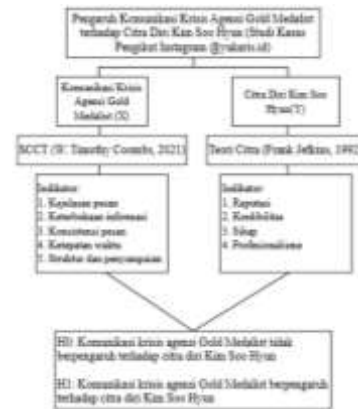
Sebagai respons terhadap krisis tersebut, Gold Medalist menyelenggarakan konferensi pers pada 31 Maret 2025 sebagai

bentuk komunikasi krisis untuk memberikan klarifikasi kepada publik. Konferensi pers dipilih karena memungkinkan penyampaian informasi secara langsung, terstruktur, dan terkendali kepada media maupun masyarakat. Menurut Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikemukakan Coombs (2021), strategi komunikasi yang tepat mampu mengurangi atribusi negatif publik, membatasi berkembangnya spekulasi, serta membantu mempertahankan reputasi pihak yang sedang menghadapi krisis. Sementara itu, teori citra Frank Jefkins menjelaskan bahwa citra terbentuk melalui proses penerimaan, interpretasi, dan evaluasi informasi oleh publik. Oleh karena itu, efektivitas konferensi pers sebagai bentuk komunikasi krisis menjadi faktor yang penting dalam membentuk penilaian publik terhadap figur publik.

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa komunikasi krisis memiliki peran dalam pembentukan citra dan reputasi. Kusumadewi, Hardiyanti, dan Suseno (2025) menemukan bahwa kualitas komunikasi krisis berhubungan dengan reputasi organisasi. Nahtania dan El Adawiyah (2026) menunjukkan bahwa komunikasi krisis berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan, sedangkan Dominic et al. (2022) menjelaskan bahwa strategi respons krisis memiliki hubungan positif dengan reputasi organisasi. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada konteks organisasi atau perusahaan sehingga belum banyak penelitian yang menguji efektivitas komunikasi krisis pada figur publik, khususnya aktor Korea Selatan yang menghadapi krisis reputasi di era media digital.

Selain itu, penelitian mengenai Kim Soo Hyun selama ini lebih banyak berfokus pada pemberitaan media, perilaku fandom, maupun dinamika opini publik di media sosial. Penelitian yang menguji pengaruh bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers terhadap citra diri figur

publik berdasarkan persepsi penggemar Indonesia masih sangat terbatas. Padahal, penggemar merupakan kelompok yang memiliki keterikatan emosional tinggi sehingga persepsi mereka menjadi indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan strategi komunikasi krisis.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, kajian komunikasi krisis sebagian besar masih berfokus pada organisasi atau perusahaan sebagai objek penelitian. Penelitian mengenai komunikasi krisis pada figur publik, khususnya aktor Korea Selatan, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak membahas strategi komunikasi krisis maupun dinamika pemberitaan media, sedangkan penelitian yang menguji pengaruh konferensi pers terhadap citra diri figur publik berdasarkan persepsi penggemar Indonesia belum banyak dilakukan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan *research gap* tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan menempatkan konferensi pers sebagai bentuk komunikasi krisis sebagai variabel independen dan citra diri Kim Soo Hyun sebagai variabel dependen berdasarkan persepsi pengikut Instagram @yukaris.id. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada organisasi, penelitian ini mengkaji efektivitas komunikasi krisis dalam konteks figur publik industri hiburan Korea Selatan

melalui pendekatan kuantitatif menggunakan 388 responden penggemar Indonesia. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memperluas kajian komunikasi krisis, khususnya mengenai efektivitas konferensi pers dalam mempertahankan citra figur publik pada era media digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers yang dilakukan Gold Medalist terhadap citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori melalui metode survei. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner kepada pengikut akun Instagram @yukaris.id. Populasi penelitian berjumlah sekitar 13.000 pengikut berdasarkan data per 10 Desember 2025. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%, sehingga diperoleh 388 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling melalui metode purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 18 tahun, berdomisili di Indonesia, merupakan penggemar Kim Soo Hyun, mengikuti perkembangan kasus, serta telah menyaksikan konferensi pers yang diselenggarakan pada 31 Maret 2025.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup menggunakan skala Likert empat poin yang terdiri atas dua variabel penelitian, yaitu bentuk komunikasi krisis sebagai variabel independen (X) dan citra diri sebagai variabel dependen (Y). Variabel komunikasi krisis dioperasionalkan berdasarkan lima indikator, yaitu kejelasan informasi, keterbukaan informasi, konsistensi pesan, ketepatan waktu, serta struktur penyampaian pesan. Sementara itu, variabel citra diri diukur melalui indikator

reputasi, kredibilitas, sikap, dan profesionalisme. Sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen diuji kepada 30 responden untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya. Hasil pengujian menunjukkan seluruh item pernyataan memenuhi kriteria valid dengan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,361). Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,866 untuk variabel komunikasi krisis dan 0,942 untuk variabel citra diri, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27 melalui analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Sebelum pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dengan metode Kolmogorov–Smirnov dan uji linearitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana pada tingkat signifikansi 5% untuk mengetahui pengaruh bentuk komunikasi krisis terhadap citra diri Kim Soo Hyun.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi
Bentuk Komunikasi Krisis (X)	Kejelasan informasi	Coombs (2021)
	Keterbukaan informasi	Coombs (2021)
	Konsistensi pesan	Coombs (2021)
	Ketepatan waktu	Coombs (2021)
	Struktur penyampaian pesan	Coombs (2021)
Citra diri (Y)	Reputasi	Jefkins (1998)
	Kredibilitas	Jefkins (1998)
	Sikap	Jefkins (1998)
	Profesionalisme	Jefkins (1998)

Sumber: Coombs (2021) dan Jefkins (1998)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 388 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @yukaris.id dan memenuhi kriteria penelitian. Karakteristik responden

disajikan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, lama menjadi penggemar, dan frekuensi mengikuti perkembangan kasus Kim Soo Hyun. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden yang menjadi sumber data penelitian.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	142	36,6
	Perempuan	246	63,4
Usia	18-21 tahun	44	11,3
	22-25 tahun	206	53,1
	>25 tahun	138	35,6
Domisili	Jawa	146	37,6
	Sumatera	88	22,7
	Jakarta	1	0,3
	Kalimantan	81	20,9
	Bali & Nusa Tenggara	35	9
	Sulawesi	37	9,5
Lama menjadi penggemar	<1 tahun	15	3,9
	1-3 tahun	223	57,5
	>3 tahun	150	38,7
Frekuensi mengikuti perkembangan kasus	Jarang	24	6,2
	Kadang-kadang	94	24,2
	Sering	198	51
	Sangat sering	72	18,6

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden penelitian berjenis kelamin perempuan sebanyak 246 responden (63,4%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 142 responden (36,6%). Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang 22–25 tahun sebanyak 206 responden (53,1%), diikuti kelompok usia di atas 25 tahun sebanyak 138 responden (35,6%). Dari aspek domisili, mayoritas responden berasal dari Pulau Jawa sebanyak 146 responden (37,6%), kemudian Sumatera sebanyak 88 responden (22,7%), dan Kalimantan sebanyak 81 responden (20,9%).

Berdasarkan lama menjadi penggemar, sebagian besar responden telah mengikuti Kim Soo Hyun selama 1–3 tahun sebanyak 223 responden (57,5%), sedangkan 150

responden (38,7%) telah menjadi penggemar lebih dari tiga tahun. Selain itu, mayoritas responden mengaku sering mengikuti perkembangan kasus Kim Soo Hyun, yaitu sebanyak 198 responden (51,0%), sedangkan 72 responden (18,6%) menyatakan sangat sering mengikuti perkembangan kasus tersebut. Karakteristik ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keterpaparan yang cukup tinggi terhadap informasi mengenai kasus dan konferensi pers Kim Soo Hyun, sehingga penilaian yang diberikan didasarkan pada pemahaman terhadap isu yang diteliti.

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan penilaian responden terhadap variabel bentuk komunikasi krisis dan citra diri Kim Soo Hyun. Pengelompokan kategori didasarkan pada distribusi frekuensi skor jawaban responden yang kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori kurang baik, cukup baik, dan baik. Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Bentuk Komunikasi Krisis (X)	Kurang baik	0	0
	Cukup baik	133	34,3
	Baik	255	65,7
Citra Diri (Y)	Kurang baik	0	0
	Cukup baik	81	20,9
	Baik	307	79,1

Sumber: Data Penelitian (2026)

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden memberikan penilaian baik terhadap bentuk komunikasi krisis yang dilakukan melalui konferensi pers oleh Gold Medalist. Sebanyak 255 responden (65,7%) menilai komunikasi krisis berada pada kategori baik, sedangkan 133 responden (34,3%) menilai berada pada kategori cukup baik. Tidak terdapat

responden yang memberikan penilaian pada kategori kurang baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai konferensi pers yang diselenggarakan mampu menyampaikan informasi secara jelas, terbuka, dan terstruktur sehingga dapat memberikan pemahaman terhadap isu yang berkembang di ruang publik.

Pada variabel citra diri Kim Soo Hyun, sebanyak 307 responden (79,1%) memberikan penilaian pada kategori baik, sedangkan 81 responden (20,9%) menilai citra diri berada pada kategori cukup baik. Tidak terdapat responden yang memberikan penilaian pada kategori kurang baik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden masih memiliki persepsi positif terhadap citra diri Kim Soo Hyun setelah pelaksanaan konferensi pers. Dengan demikian, secara deskriptif dapat dipahami bahwa komunikasi krisis melalui konferensi pers memperoleh respons yang positif dan diikuti oleh penilaian positif terhadap citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia.

Uji Intrumen Penelitian

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Pengujian instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan nilai r tabel sebesar 0,361 pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel bentuk komunikasi krisis maupun citra diri memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Kriteria	Hasil
Krisis komunikasi (X)	10	r hitung $>$ r tabel (0,361)	Valid
Citra Diri (Y)	10	r hitung $>$ r tabel (0,361)	Valid

Sumber: Data Penelitian (2026)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel bentuk komunikasi krisis memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,866, sedangkan variabel citra diri memperoleh nilai 0,942. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas minimum 0,70, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Krisis komunikasi (X)	0,866	$>$ 0,70	reliabel
Citra Diri (Y)	0,942	$>$ 0,70	Reliabel

Sumber: Data Penelitian (2026)

Hasil Analisis Inferensial

Analisis inferensial dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers terhadap citra diri Kim Soo Hyun. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analisis. Selanjutnya, pengujian dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana yang dilengkapi dengan uji hipotesis (uji t) dan koefisien determinasi (R^2)

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov terhadap nilai residual model

regresi. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,115, yang lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, residual penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Metode	Sig.	Kriteria	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,115	Sig. > 0,05	Berdistribusi normal

Sumber: Data Penelitian (2026)

2. Uji linearitas

Uji linearitas dilakukan menggunakan Deviation from Linearity untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bentuk komunikasi krisis dan citra diri bersifat linear. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,117, yang lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian, hubungan antara variabel independen dan dependen memenuhi asumsi linearitas sehingga layak dianalisis menggunakan regresi linear sederhana.

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

Metode	Sig.	Kriteria	Keterangan
Deviation from linearity	0,117	Sig. > 0,05	Hubungan linear

Sumber: Data Penelitian (2026)

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh bentuk komunikasi krisis terhadap citra diri Kim Soo Hyun. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel bentuk komunikasi krisis memiliki koefisien regresi sebesar 0,351 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin baik bentuk komunikasi krisis yang dilakukan melalui konferensi pers, maka semakin positif pula citra diri Kim Soo Hyun berdasarkan persepsi penggemar Indonesia.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koef. Regresi (β)	Sig.	Keterangan
Bentuk komunikasi krisis > citra diri	0,351	0	Berpengaruh positif dan signifikan

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji menunjukkan nilai t hitung sebesar 10,584 dengan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Oleh karena itu, H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers terhadap citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	t hitung	Sig.	Keterangan
H_1 : Bentuk komunikasi krisis berpengaruh terhadap citra diri Kim Soo Hyun	10,584	0	Diterima

Sumber: Data Penelitian (2026)

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,225. Hal tersebut berarti bahwa bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers mampu menjelaskan 22,5% variasi citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia. Sementara itu, 77,5% variasi citra diri dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Indikator	Nilai
R Square	0,225
Kontribusi Variabel X Terhadap Y	22,5 %
Faktor di luar penelitian	77,5 %

Sumber: Data Penelitian (2026)

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia. Temuan tersebut didukung oleh hasil analisis regresi linear sederhana yang menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,351 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan komunikasi krisis yang dilakukan melalui konferensi pers, semakin positif pula citra diri Kim Soo Hyun yang dipersepsikan oleh penggemar. Selain itu, nilai koefisien

determinasi sebesar 22,5% menunjukkan bahwa komunikasi krisis memberikan kontribusi terhadap pembentukan citra diri, meskipun masih terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi persepsi penggemar.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa konferensi pers tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian klarifikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengelola persepsi publik pada saat krisis berlangsung. Dalam kasus Kim Soo Hyun, konferensi pers memberikan kesempatan kepada publik untuk memperoleh informasi secara langsung dari pihak yang menghadapi krisis sehingga dapat mengurangi ketidakpastian yang muncul akibat pemberitaan media dan diskusi di media sosial. Penyampaian informasi yang terpusat melalui satu forum resmi membantu publik membedakan informasi yang berasal dari sumber utama dengan berbagai spekulasi yang berkembang selama krisis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikemukakan Coombs, yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi krisis dipengaruhi oleh kemampuan organisasi atau pihak yang menghadapi krisis dalam memilih strategi respons yang sesuai dengan karakteristik krisis. Dalam konteks penelitian ini, konferensi pers menjadi bentuk respons yang memungkinkan penyampaian informasi secara jelas, terbuka, dan konsisten sehingga membantu mengurangi atribusi negatif publik terhadap Kim Soo Hyun. Melalui strategi tersebut, Gold Medalist berupaya mengarahkan perhatian publik pada klarifikasi yang disampaikan dibandingkan pada informasi yang belum terverifikasi.

Salah satu aspek penting yang tercermin dalam hasil penelitian adalah kemampuan konferensi pers dalam mengendalikan spekulasi publik. Berdasarkan penilaian responden, konferensi pers mampu memberikan penjelasan yang lebih terstruktur mengenai kronologi peristiwa

sehingga ruang bagi berkembangnya asumsi dan rumor menjadi lebih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi krisis yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pengurangan ketidakpastian yang dirasakan oleh publik selama krisis berlangsung. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa penyampaian klarifikasi secara langsung merupakan salah satu strategi yang efektif dalam menghadapi krisis yang mendapat perhatian luas dari media dan masyarakat.

Selain mengurangi spekulasi, konsistensi pesan juga menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi responden. Informasi yang disampaikan secara konsisten selama konferensi pers membantu responden memahami posisi Kim Soo Hyun terhadap isu yang berkembang sehingga tidak memunculkan interpretasi yang berbeda-beda. Menurut SCCT, konsistensi pesan berperan dalam menjaga stabilitas informasi dan mencegah krisis berkembang menjadi lebih kompleks. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dominic et al. (2022) yang menyatakan bahwa konsistensi pesan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan komunikasi krisis dalam membangun pemahaman yang sama di antara para pemangku kepentingan.

Komunikasi krisis yang dilakukan melalui konferensi pers juga berkontribusi terhadap pemulihan kepercayaan publik. Penyampaian informasi secara terbuka dan berasal dari sumber utama memberikan kesempatan kepada penggemar untuk mengevaluasi kembali informasi yang sebelumnya mereka terima. Ketika tingkat kepercayaan mulai meningkat, persepsi terhadap Kim Soo Hyun juga cenderung menjadi lebih positif. Temuan ini mendukung penelitian Sandlin dan Gracyalny (2020) yang menjelaskan bahwa respons komunikasi yang disampaikan secara langsung oleh figur publik dapat memengaruhi penerimaan audiens terhadap pesan yang disampaikan selama krisis.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori citra Frank Jefkins yang menjelaskan bahwa citra terbentuk melalui proses penerimaan dan interpretasi informasi oleh publik. Dalam penelitian ini, informasi yang diperoleh responden melalui konferensi pers menjadi dasar dalam mengevaluasi kembali isu yang berkembang sehingga membentuk persepsi yang lebih positif terhadap Kim Soo Hyun. Dengan demikian, citra diri tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan krisis itu sendiri, tetapi juga oleh bagaimana figur publik mengelola komunikasi selama krisis berlangsung.

Meskipun komunikasi krisis memberikan pengaruh yang signifikan, nilai R Square sebesar 22,5% menunjukkan bahwa citra diri Kim Soo Hyun tidak sepenuhnya ditentukan oleh konferensi pers. Masih terdapat 77,5% variasi citra diri yang dipengaruhi oleh faktor lain, seperti intensitas pemberitaan media, opini publik di media sosial, pengalaman penggemar terhadap Kim Soo Hyun sebelum krisis, serta bentuk komunikasi lain yang dilakukan di luar konferensi pers. Oleh karena itu, konferensi pers dapat dipandang sebagai salah satu instrumen penting dalam pemulihan citra, namun efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh dinamika komunikasi yang lebih luas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa konferensi pers sebagai bentuk komunikasi krisis memiliki peran strategis dalam membentuk kembali persepsi penggemar terhadap figur publik yang sedang menghadapi krisis reputasi. Temuan ini memperkuat penerapan SCCT dalam konteks industri hiburan Korea Selatan sekaligus menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas, konsisten, dan terbuka dapat menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan citra diri figur publik di tengah tekanan opini publik.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bentuk komunikasi

krisis melalui konferensi pers terhadap citra diri Kim Soo Hyun di kalangan penggemar Indonesia. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, bentuk komunikasi krisis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra diri Kim Soo Hyun, sehingga hipotesis penelitian diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penyampaian komunikasi krisis melalui konferensi pers yang dilakukan secara jelas, terbuka, konsisten, dan tepat waktu mampu membentuk persepsi positif penggemar terhadap citra diri Kim Soo Hyun.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi krisis melalui konferensi pers memberikan kontribusi sebesar 22,5% terhadap pembentukan citra diri Kim Soo Hyun, sedangkan 77,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, konferensi pers merupakan salah satu strategi komunikasi krisis yang efektif dalam menjaga dan memulihkan citra figur publik, meskipun keberhasilannya tetap dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pemberitaan media, dinamika media sosial, dan persepsi individu penggemar. Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat penerapan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dalam konteks industri hiburan Korea Selatan serta mendukung teori citra Frank Jefkins yang menyatakan bahwa citra terbentuk melalui proses penerimaan dan interpretasi informasi oleh publik.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, responden penelitian hanya berasal dari pengikut akun Instagram @yukaris.id, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh penggemar Kim Soo Hyun di Indonesia. Kedua, penelitian hanya mengkaji pengaruh bentuk komunikasi krisis melalui konferensi pers terhadap citra diri, sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi citra figur publik, seperti pemberitaan media massa,

interaksi di media sosial, maupun tingkat loyalitas penggemar yang belum dianalisis dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi citra figur publik, seperti kredibilitas media, intensitas penggunaan media sosial, tingkat kepercayaan penggemar, atau persepsi terhadap reputasi agensi. Selain itu, penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan responden dengan melibatkan komunitas penggemar dari berbagai platform media sosial sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi agensi hiburan maupun figur publik dalam merancang strategi komunikasi krisis yang lebih efektif. Penyampaian informasi yang jelas, konsisten, terbuka, dan tepat waktu melalui konferensi pers dapat menjadi salah satu pendekatan yang membantu menjaga kepercayaan publik dan meminimalkan dampak negatif terhadap citra figur publik ketika menghadapi krisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfahsita, A. S., Handayani, M., & Ladybo, N. J. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan dalam penanggulangan pra-krisis kasus di media sosial terhadap citra PT KCI*.
- Ayuniantari, N. P., Fajarini, E. S., & Saptanti, E. I. (2021). Analisis komunikasi krisis YG Entertainment dalam kasus Burning Sun. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6), 2946. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6.1522>
- Coombs, W. T. (2021). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (6th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dominic, E. D., Mahamed, M., Abdullah, Z., & Hashim, N. B. (2022). A quantitative study on SCCT: Examining the relationships between crisis response strategy, crisis history, and crisis type on organisational reputation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(10), 3147–3185.
- Faustyna. (2025). *Komunikasi krisis dan management risiko* (P. Santoso, Ed.). UMSU Press.
- Garini, T., Zahrah, H., Silvana, A., Ilmi, H., & Aisy, N. (2025). Analisis strategi etika bisnis agensi hiburan Korea Selatan dalam menghadapi fenomena cancel culture.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayati, N. R., & Purworini, D. (2025). Strategi respons krisis organisasi: Analisis isi kuantitatif dengan teori SCCT, 8(1), 38–49.
- Hye Ri, P. (2024). *Ekspor Hallyu Tahun 2023 Capai 19,5 Triliun Won*. Korea.net.
- Irwanti, M. (2023). *Manajemen krisis komunikasi (Tinjauan teoritis dan praktis)*. Widina Media Utama.
- Jefkins, F. (1998). *Public relations* (5th ed.). Financial Times Pitman Publishing.
- Kusumadewi, S., Hardiyanti, R., & Suseno, A. (2025). Pengaruh kualitas komunikasi krisis terhadap reputasi promotor Mecimapro (Studi kuantitatif pada kasus konser K-Pop SEVENTEEN Right Here in Jakarta). *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2(5), 773.
- Nurani, W. (2021). Advokasi public relation SALT Entertainment dalam komunikasi krisis skandal Kim Seon

- Ho. *AMERTA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Ravell, H. (2023). Rowling, Potterheads and why “The best way to manage a crisis is to prevent one”: Twitter communication analysis. *Communication Research and Practice*, 9(3), 237–254.
- Sandlin, J. K., & Gracyalny, M. L. (2020). Fandom, forgiveness and future support: YouTube apologies as crisis communication. *Journal of Communication Management*, 24(1), 1–18.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-dasar public relations: Teori dan praktik*. Deepublish.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, U. H., Anggita, I. A., & Ramadhan, D. O. (2025). Manajemen krisis public relations Pinkflash: Dampak pencabutan izin edar terhadap citra merek melalui analisis sentimen.
- Umaran, H. L. M., Halika, L. H., Joko, Rajab, M., Jaya, A., & Amin, H. (2024). *Strategi manajemen humas dalam konsep teoritis*. CV Azka Pustaka.
- Xu, A. (2024). *7 dari 10 penikmat Hallyu menilai positif konten budaya Korea*. Korea.net.
- Yim, H. (2025). Brands ditch South Korean actor Kim Soo-hyun over dating scandal. *Reuters*.
- Zebua, W. D. A., Utari, S. A., & Djuwardie, D. T. (2021). Komunikasi krisis Grab Indonesia pada kasus kecelakaan GrabWheels dalam menjaga citra perusahaan AB.