

**Komunikasi Krisis *Public Relation* Nijisanji EN Pada Citra Perusahaan  
(Analisis Isi pada Akun Youtube Nijisanji EN Dalam Menghadapi Kasus  
Pemecatan Vtuber Selen Tatsuki)**

**Deva Mauliavana Devi**

**200710380**

**ABSTRAK**

Krisis adalah fenomena yang tidak bisa diprediksi, dan bisa muncul dari masalah internal perusahaan, seperti kasus pemecatan Selen oleh Nijisanji, yang berada di bawah naungan Anycolor Inc. Pemecatan ini memicu reaksi beragam dari komunitas penggemar, mulai dari dukungan untuk Selen hingga kritik terhadap kebijakan manajemen Nijisanji. Perselisihan internal antara Selen dan Nijisanji menjadi penyebab utama pemecatan ini. Dalam mengkaji permasalahan dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis isi. Dalam metode analisis isi kualitatif penulis dapat lebih fleksibel dan memungkinkan penulis dalam pengumpulan data terkait kasus yang dikaji. Dengan menggunakan analisis isi dan *Situational Crisis Communication Theory*, penulis bertujuan untuk mempelajari bagaimana perusahaan Nijisanji EN dalam merespon krisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa krisis yang dialami oleh Nijisanji EN termasuk kedalam jenis *Preventable Crisis*. Kesimpulan yang didapat berisikan ketidakmampuan manajemen dalam mengontrol respon komunikasi krisis yang dilakukan Nijisanji menyebabkan perusahaan menderita kerugian yang besar akibat serangkaian krisis yang krusial dan sulit untuk diatasi.

**Kata kunci: Komunikasi Krisis, Nijisanji, Analisis isi, SCCT**

**Crisis Communication of Public Relations Nijisanji EN on Corporate Image  
(Content Analysis on Nijisanji EN's YouTube Account in Addressing the  
Case of Vtuber Selen Tatsuki's Dismissal)**

**ABSTRACT**

*A crisis is an unpredictable phenomenon that can arise from internal company issues, such as the case of Selen's dismissal by Nijisanji, which operates under Anycolor Inc. This dismissal triggered various reactions from the fan community, ranging from support for Selen to criticism of Nijisanji's management policies. The primary cause of this dismissal was the internal dispute between Selen and Nijisanji. In examining this issue, the author employs qualitative descriptive research with a content analysis method. The qualitative content analysis method allows for flexibility in data collection related to the case under study. By using content analysis and Situational Crisis Communication Theory, the author aims to study how Nijisanji EN responds to crises. The results of this study indicate that the crisis experienced by Nijisanji EN falls into the category of a Preventable Crisis. The conclusion drawn is that the management's inability to control Nijisanji's crisis communication response led to the company suffering significant losses due to a series of crucial and difficult-to-manage crises.*

**Keywords: Crisis Communication, Nijisanji, Analysis Content, SCCT**