

## **Digital Media Relations Revlon Indonesia dalam Mengembalikan Citra Positif**

**Lulu Lutpiyah**

Program Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina, Jakarta

Email : [lulu.lutpiyah@students.paramadina.ac.id](mailto:lulu.lutpiyah@students.paramadina.ac.id)

---

### **Abstrak**

Revlon Indonesia, perusahaan kosmetik raksasa asal Amerika (AS) diisukan akan bangkrut melalui portal media online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui digital media relations Revlon Indonesia setelah diisukan akan bangkrut. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori Restoration Image Theory. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Digital Media Relations Indonesia memanfaatkan media baru dalam mengembalikan citra positif melalui kanal Instagram resminya dengan mengucapkan terima kasih kepada pengguna setia produk Revlon Indonesia yang telah mendukung selama ini, memberikan informasi akan tetap beroperasi serta terus meluncurkan produk inovasi terbaru.

**Kata Kunci:** Revlon Indonesia, Restoration Image Theory, Digital Media Relations

---

### **Abstract**

*Revlon Indonesia, a giant cosmetic company from America (US), was rumored to be going bankrupt through an online media portal. This study aims to determine Revlon Indonesia's digital media relations after it was rumored that it would go bankrupt. The descriptive qualitative approach with the Restoration Image Theory is used for this study. The result shows that Digital Media Relations Indonesia takes advantage of new media to restore a positive image through its official Instagram channel by thanking loyal users of Revlon Indonesia products who have supported them so far, providing information that they will continue to operate and continue to launch the latest innovative products.*

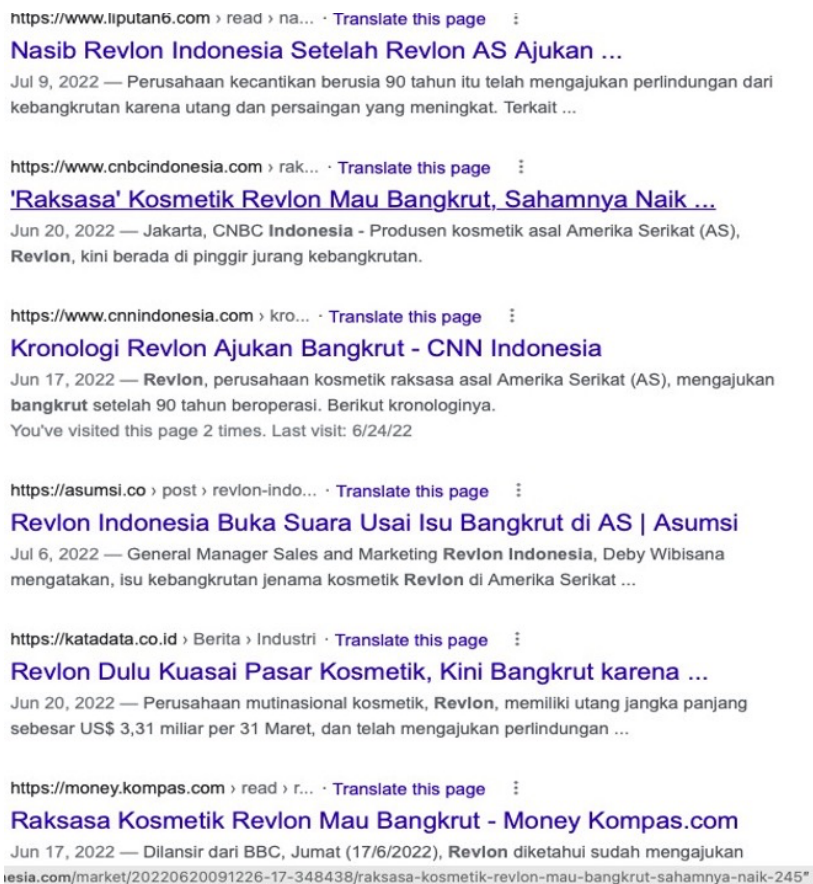
**Keywords:** Revlon Indonesia, Restoration Image Theory, Digital Media Relations

---

## **PENDAHULUAN**

Revlon Indonesia mengalami krisis karena diisukan akan bangkrut melalui media online setelah Revlon Amerika mengajukan permohonan perlindungan kebangkrutan Bab 11 ke Pengadilan Kepailitan Amerika Serikat pada Rabu, 15 Juni 2022. Berbagai macam judul berita online Indonesia seperti dibawah ini:

**Gambar 1.** Judul pemberitaan Revlon Bangkrut pada berita online di Indonesia



Revlon sendiri merupakan perusahaan kosmetik asal Amerika Serikat yang sudah beroperasi selama 90 tahun. Revlon Amerika mengajukan permohonan tersebut agar Revlon diberi kesempatan negosiasi hutang yang mereka miliki kepada pemberi hutang. Permohonan ini disebabkan Revlon Amerika kesulitan membayar hutang karena penjualan menurun selama pandemi Covid-19. Seperti dalam beberapa tahun terakhir, Revlon Amerika banyak kehilangan pembeli karena para pembeli beralih ke brand lainnya, misalnya Fenty Beauty dan Kylie Cosmetic.

Revlon telah menjadi merek Internasional pada pertengahan 1950-an sejak didirikan sejak 1932 oleh Joseph Revson dan Charles Lachman. Revlon Amerika berhasil menjual produknya lebih dari 150 negara, salah satunya Indonesia. Revlon masuk ke pasar

Indonesia sejak 1 Januari 1993 karena PT. Eres Revco (ER) salah satu anak perusahaan PT. Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) diberikan hak mendistribusi dan menjual Revlon di Indonesia atas perjanjian distribusi antara PT. Eres Revco (ER) dengan Cendico B.V. Kemudian sejak 1 Oktober 2016, Cendico mengalihkan perjanjian kepada Revlon B.V (Revlon).

Di Indonesia, Revlon menjadi sangat populer karena kualitasnya sudah tidak diragukan. Berbagai variasi produk kosmetik Revlon seperti lipstik, bedak, alas bedak, maskara, alis hingga produk perwarna kuku tersedia di Indonesia. Sejak diberitakan akan bangkrut melalui media online, tentu berdampak terhadap reputasi dan citra Revlon Indonesia dimata stakeholder hingga masyarakat. Banyak yang menganggap bahwa produk Revlon akan ditarik dan tidak dipasarkan sehingga konsumen setia Revlon di Indonesia berharap agar Revlon tidak bangkrut karena mereka sudah cocok dengan produk Revlon. Seperti pada respon netizen terhadap pemberitaan Revlon bangkrut pada berita online.

**Gambar 2.** Respon pengguna twitter terhadap pemberitaan Revlon Bangkrut pada berita online



Di saat ini, komunikasi krisis memainkan peranannya. Menurut Werner 1990 dalam Millar & Heath (2004), komunikasi merupakan langkah terpenting yang dilakukan saat krisis

mulai meningkat. Selain itu, Coombs pada Kyhn (2008), mengatakan krisis komunikasi adalah “darah kehidupan” dalam manajemen krisis. Menyampaikan pernyataan secara cepat agar rumor yang beredar tidak menambah masalah bagi perusahaan (Millar & Heath, 2004).

Kondisi krisis tersebut menuntut seorang *public relations* harus menangani dengan tepat situasi krisis yang sedang terjadi. Di era digitalisasi ini, mayoritas *public relations* beralih dari penggunaan media tradisional menuju media baru, khususnya media sosial. Revlon Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai media baru untuk komunikasi.

Dengan jumlah dua ratus ribu pengikut, akun Instagram @revlonid digunakan sebagai pusat publikasi informasi perusahaan. Penelitian ini hendak mengetahui bagaimana *Digital Media Relations* Revlon Indonesia melalui media Instagram dalam mengembalikan citra positif setelah diisukan akan bangkrut periode Juni 2022. Penelitian tentang bagaimana *Public Relations* dalam mengembalikan citra positif karena sebuah krisis sudah cukup banyak ditemui dengan objek penelitian yang bermacam-macam. Peneliti akan menguraikan penelitian sebelumnya tentang bagaimana *Public Relations* dalam mengembalikan citra positif atau memulihkan citra positif.

Dara Julana (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa strategi yang dilakukan oleh humas Radio Baiturrahman adalah melakukan *re-schedule* pada program Dakwatul Islam sehingga pesan yang disampaikan menjadi maksimal dan tidak lagi terpenggal-penggal yang diakibatkan karena jadwal adzan yang sering berganti setiap harinya. Dara Julana (2021) menggunakan teori *situational of the publics* (STP) yang digunakan dalam mengklasifikasi publik secara lebih detail berdasarkan perilaku komunikasi individu dan pengaruh komunikasi yang diterima oleh individu tersebut.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Firly Rachmah Istighfarin (2020), yang meneliti strategi *Public Relations* dalam pemulihan citra Apartemen Cinere Bellevue Suites Pasca Kebakaran Tahun 2017 menyimpulkan bahwa ada hubungan antara teori *Adaptive Strategy* (Strategi Bertahan) dan Teori Pemulihan Citra yaitu bahwa perkembangan krisis yang dialami oleh perusahaan dapat disebabkan atas kesalahan dan kelalaian perusahaan itu sendiri

seperti kompromi, melobi dan bernegosiasi dengan para korban agar mengembalikan citra positif kembali.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Sari (2020), dalam penelitiannya menggunakan *The Seven C Communication Theory* meneliti strategi Public Relations dari PT. Prudential Life Assurance dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam membangun citra perusahaan. Sari menyimpulkan Prudential Life Assurance's Public Relations mencari dan mengumpulkan data tentang kebutuhan pelanggan untuk membangun citra.

Dari penelitian sebelumnya terkait *Public Relations* dalam mengembalikan citra positif seperti diatas, belum ada penelitian tentang *Digital Relations* dalam mengembalikan citra positif. Penelitian ini akan berfokus bagaimana digital media relations Revlon Indonesia setelah diisukan akan bangkrut melalui media sosial Instagram periode Juni 2022 dengan *Restoration Image Theory* milik Wiliam Benoit.

## METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan hasil penelitian dengan menggunakan narasi. Analisis akan dilakukan secara deskriptif dengan menjelaskan bagaimana Digital Media Relations Revlon Indonesia dalam mengembalikan citra positif melalui akun Instagram resmi Revlon Indonesia, respon netizen melalui twitter serta berita online selama periode Juni 2022 berdasarkan kategori lima strategi dari Restoration Theory, yakni :

1. *Denial*
  - a. *Simple Denial*
  - b. *Shifting the blame*
2. *Evasion of Responsibility*
  - a. *Provocation*
  - b. *Defeasibility*
  - c. *Accident*

- d. *Good Intention*
3. *Reducing the Offensiveness*
  - a. *Bolstering*
  - b. *Minimalization*
  - c. *Differentiation*
  - d. *Attack the accusers*
4. *Mortification*
5. *Corrective action*

### **Subjek Penelitian dan Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini, subjek penelitiannya adalah akun Instagram resmi Revlon Indonesia dimana dimanfaatkan oleh PR Revlon Indonesia untuk publikasi serta klarifikasi isu yang ada. Sedangkan objek dari penelitian ini Digital Media Revlon Indonesia.

### **Teknik Analisis Data**

Menurut (Moleong, 2018) teknik analisis data kualitatif adalah teknik dengan cara mengelola data, mengorganisasikan data, mencari dan menemukan data, menemukan data yang penting untuk dipelajari agar dapat diceritakan kepada orang lain. Teknik ini digunakan untuk mengklasifikasi data yang sudah didapat dalam hasil penelitian lalu dipelajari dan dicari pola yang sesuai dengan teori yang digunakan. Langkah untuk menganalisis data pada studi kasus (Bungin, 2007) adalah:

1. Mengorganisir informasi atau data
2. Membaca seluruh informasi yang didapat dan diberi kode
3. Membuat uraian secara terperinci atau detail mengenai kasus dan konteks
4. Menetapkan pola dan mencari hubungan antara pola-pola tersebut
5. Melakukan interpretasi dan mengembangkan generalisasi dari kasus tersebut untuk diterapkan pada kasus lain
6. Menyajikan secara naratif

## **HASIL PENELITIAN**

Sejak 15 Juni 2022, Revlon mengajukan permohonan perlindungan kebangkrutan Bab 11 ke Pengadilan Kepailitan AS untuk Distrik Selatan New York karena beban utang, gangguan logistik dan biaya melonjak. Kebijakan bangkrut Bab 11 yang diajukan Revlon ini merupakan permohonan restrukturisasi hutang, yang mana berarti Revlon sedang melakukan penataan kembali hutangnya.

Sebutan Revlon bangkrut adalah ketidakmampuan untuk membayar hutang sehingga mereka mengajukan deklarasi bangkrut tipe Bab 11 ke pengadilan untuk diberikan kesempatan negosiasi hutang yang mereka miliki ke pemberi hutang. Negosiasi disini artinya hutang tetap dibayarkan namun akan ada penyesuaian agar lebih ringan dan pihak pemberi hutang tidak lagi meminta agar Revlon segera membayar hutangnya misalnya tenor dan jumlah cicilan diubah.

Produk yang diproduksi akan tetap ada dalam pasar karena bangkrut Bab 11 bukan model bangkrut yang menjual semua asset perusahaan untuk membayar hutang. Sehingga, konsumen produk Revlon sehari-hari tidak perlu takut karena mereka akan tetap ada. Banyak yang bingung soal konsep bangkrut tidak salah karena di Indonesia sendiri konsep bangkrut itu kebanyakan merujuk pada kondisi gulung tikar dan bukan restrukturisasi.

Seperti yang dikatakan oleh CEO Revlon, Debra Perelman, dilansir dari The Guardian, bahwa pengajuan permohonan perlindungan kebangkrutan akan memungkinkan Revlon menawarkan produk ikonik kepada konsumen selama beberapa dekade dan dapat membantu pertumbuhan Revlon kedepannya.

Tiga hari setelah berita menyatakan Revlon bangkrut, Digital Media Relations Revlon Indonesia dalam mengembalikan citra positif dengan memberikan klarifikasi melalui akun resmi Instagram Revlon Indonesia dan menjawab komentar di Instagram. Penelitian ini akan meneliti bagaimana Digital Media Relations Revlon Indonesia dalam mengembalikan citra positif melalui Instagram resminya periode Juni 2022.

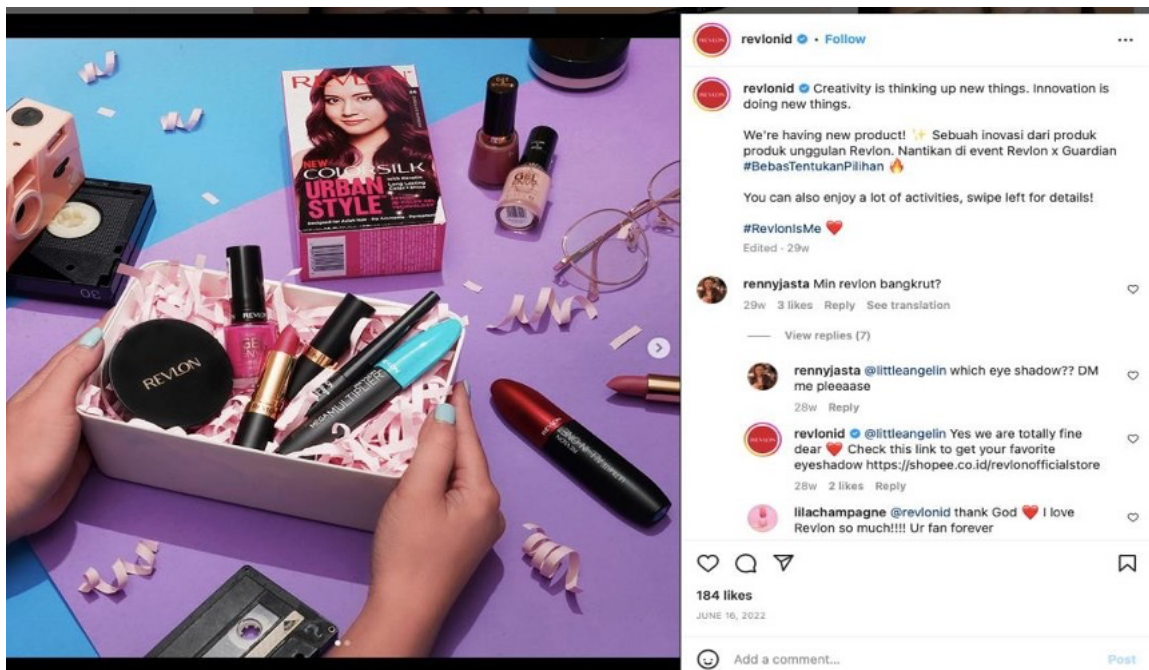
## PEMBAHASAN

Berdasarkan Restoration Theory, peneliti menemukan bahwa dua strategi respon krisis yang dilakukan Revlon Indonesia dalam mengembalikan citra positif periode Juni 2022 melalui media sosial Instagram Revlon Indonesia.

### 1. Strategi *Reducing the offensiveness*

Strategi *Reducing the offensiveness* dengan dimensi *minimalization* paling sering ditemukan pada unggahan akun Instagram Revlon Indonesia periode Juni 2022 yang banyak ditemukan dimana Revlon Indonesia hanya menganggap krisis isu akan bangkrut hanyalah sandungan kecil belaka. Berikut contoh unggahan yang termasuk dimensi *minimalization* yang merupakan bagian dari strategi *reducing the offensiveness*.

**Gambar 3.** Contoh Unggahan Kategori *Reducing the Offensiveness- Minimalization*



Apabila di lihat dalam unggahan tersebut, Revlon Indonesia menginformasikan bahwa akan mengeluarkan produk terbaru. Hal tersebut menandakan tampak dimana Revlon Indonesia dalam keadaan baik-baik saja. Padahal unggahan tersebut merupakan



unggahannya pertama setelah Revlon Amerika mengajukan permohonan perlindungan kebangkrutan Bab 11 ke Pengadilan Kepailitan AS untuk Distrik Selatan New York pada Rabu, 15 Juni 2022.

## 2. Strategi *Correction action*

Strategi ini terlihat melalui unggahan akun resmi Instagram Revlon Indonesia setelah tiga hari diisukan akan bangkrut serta respon Revlon Indonesia terhadap komentar para pengguna produk Revlon Indonesia di kolom komentar unggahan tersebut.

**Gambar 4.** Contoh Unggahan Kategori Correction Action



Terlihat dalam unggahan tersebut bahwa Revlon Indonesia mengucapkan terima kasih atas cinta dan kesetiaan konsumen Revlon Indonesia dan menyatakan bahwa karena dukungan konsumen semua, Revlon Indonesia akan tetap beroperasi seperti biasa. Selain itu pihak Revlon Indonesia menjelaskan bahwa tetap akan menyediakan produk favorit berkualitas dan terus meluncurkan produk inovasi terbaru.

Pada unggahan tersebut pihak Revlon Indonesia juga membalas komentar para pengguna produk Revlon Indonesia bahwa Revlon Indonesia tetap beroperasi pada kolom komentar sebagai berikut :

**Tabel 1.** Komentar para pengguna produk Revlon Indonesia pada Unggahan Klarifikasi atas Isu Beredar serta Respon Digital Media Relations Revlon Indonesia terhadap Komentar Tersebut

Komentar Pengguna Produk Revlon Indonesia	Respon Pihak Revlon Indonesia terhadap Komentar Pengguna Produk Revlon Indonesia
<p><a href="#">@k4vita</a> plis jangan kemana manaaa 😞 pake loose powder apapun baliknya tetep ke Revlon cintaakkk</p>	<p><a href="#">@revlonid</a> <a href="#">@k4vita</a> kami akan tetap ada untuk kamu ❤️</p>
<p><a href="#">@ermamegane</a> Pertama kenal makeup dari Mama yang pakai REVLON, sempat sedih dengar berita yang beredar. Tapi aku yakin REVLON Indonesia semakin kuat dan berjaya. Victory Back! ❤️ Semangat selalu team REVLON Indonesia 🙌❤️</p>	<p><a href="#">@revlonid</a> <a href="#">@ermamegane</a> Thank you so much kak ❤️ Nantikan kejutan dari kami ya!</p>
<p><a href="#">@nisamalikhatus</a> Semoga Revlon makin jaya dan produk ya makin bnyk lagi. di tunggu untuk new produk ya udh gak sabar dgn produk2 baru ya Revlon yg sllu istimewa dan gak pernah mengecewakan.pantas aja usia ya bisa smpe 90thn, gak heran sih cz kualitas Revlon sllu di ❤️</p>	<p><a href="#">@revlonid</a> <a href="#">@nisamalikhatus</a> Yay! Thank you kak. Ditunggu yaa kak untuk produk terbarunya, janganlupa set reminder! ❤️</p>

<p><a href="#">@jrb jbjy</a> Aku baru nyoba revlon loose powder sama hair colornya dan ternyata beneran sebagus itu!!! Sampe rekomendasiin ketemen-temen dan mereka juga ikutan cinta loose powdernya! 😏 next pasti beli lagi produknya!! Semangat team revlon!! 😍❤️</p>	<p><a href="#">@revlonid @ 00 x sh</a> Thank you dear ❤️ Akan ada warna baru loh dari hair color kita! Ditunggu ya 😊</p>
<p><a href="#">@alya.alendra</a> Sempet sedih denger berita nya,, AlhamdulillahRevlon baik" saja.Pertama kali kenal make up ya pake nya Revlon walaupun orang" bilang Revlon begini Revlon begitu tpi buat aq semua produk revlon cocok di kulit aq.apalagi Candid foundation. .....JUARA banget ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️</p>	<p><a href="#">@revlonid @alya.alendra</a> glad you like our products 😊 Thank you so much untuk supportnya.Tetap temani kita ya kak ❤️</p>
<p><a href="#">@sarafina cccc @revlonid</a> iyaaa min 😊touch n glow forevrrrr! Garis keras. Monagisss bgt tau berita masa mau tutup 😭 aku pake bedak apaa 😐 cuma cocoknya ini</p>	<p><a href="#">@revlonid @sarafina cccc</a>no weare not kak! Revlon Indonesia akan tetap dan selalu ada untuk kamu ❤️</p>

Ditambah lagi salah satu pekerja Revlon Indonesia memberikan pernyataan atas isu yang beredar, yaitu:

**Gambar 5.** Respon Salah Satu Pekerja Revlon Indonesia melalui Twitter atas Isu Revlon akan Bangkrut



Dari respon salah satu karyawan Revlon Indonesia melalui twitter tersebut tampaknya ia ingin mencoba klarifikasi dengan membalas tweet yang sedang membicarakan bahwa yang Revlon Indonesia akan bangkrut dan juga karyawan Revlon Indonesia tersebut menegaskan bahwa konfirmasi yang ia lakukan bukan trik marketing melainkan menginformasikan bahwa manajemen Revlon Indonesia dengan Revlon global berbeda, Revlon Indonesia berada dibawah Tempo Scan Management. Sehingga Revlon Indonesia dalam keadaan baik-baik saja.

Digital Media Relations Revlon Indonesia dalam mengembalikan citra positif perusahaan melalui kampanye promosi diantaranya Revlon Indonesia berkolaborasi dengan [@fridaynoraebang](#) untuk bagi-bagi hadiah dengan total hadiah Rp 7.500.000 untuk 5 orang pemenang dengan buat video *Dance Cover* sekreatif mungkin dalam durasi maksimal 1 menit dengan menggunakan produk Revlon yaitu Colorsilk Urban Style Hair Color dan tunjukkan produknya sambil joget lalu upload video di Tiktok

dengan follow dan tag [@revlonid](https://www.instagram.com/revlonid) dan juga hashtag [#bebastentukanpilihan](https://www.instagram.com/bebastentukanpilihan) dan [#RevlonIsMe](https://www.instagram.com/RevlonIsMe) dari tanggal 20 Juni hingga 4 Juli 2022. Pemenang akan diumumkan pada tanggal 4 Juli 2022 di Instagram [@revloind](https://www.instagram.com/revloind) dan [@fridaynoraebang](https://www.instagram.com/fridaynoraebang). Berikut unggahan pada akun Instagramnya pada tanggal 20 Juni 2022.

Gambar 6. Contoh Unggahan Kategori *Correction Action*



## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Krisis dapat terjadi tanpa prediksi apapun oleh Perusahaan. Krisis memiliki dampak terhadap citra dan reputasi perusahaan jika tidak diatasi dengan langkah yang cepat dan efektif. Dengan perkembangan teknologi sehingga berita-berita dengan cepat beredar berita tersebut benar atau tidak menjadi salah satu yang harus *awareness* bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Kasus komunikasi krisis yang terjadi pada Revlon Indonesia menjadi salah satu

contoh bahwa isu yang beredar melalui berita online hingga media sosial dapat menyebabkan krisis bagi sebuah perusahaan.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa untuk Digital Media Relations Revlon Indonesia memanfaatkan kemajuan teknologi berupa media baru yaitu media sosial, melalui akun resmi Instagram Revlon Indonesia dalam mengembalikan citra dengan cepat dan efektif memberikan klarifikasi dengan mengucapkan terima kasih, mengatakan akan tetap beroperasi dengan terus menyediakan produk berkualitas dan inovasi terbaru melalui salah satu konten Instagramnya serta membalas komentar para konsumen setianya.

Serta, Digital Media Relations Revlon Indonesia juga berinteraksi langsung dengan publik khususnya pengguna setia produk Revlon Indonesia dengan membalas komentar pada unggahannya. Merujuk pada konsep Restoration Theory, Digital Media Relations Revlon Indonesia dalam mengembalikan citra positif melalui unggahan akun Instagramnya pada periode Juni 2022 menggunakan strategi reducing the offensiveness dengan dimensi minimalization dan strategi correction action. Keterbatasan penelitian yaitu peneliti hanya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan narasi yang diperoleh dari beberapa berita online, respon netizen di media sosial dan akun Instagram resmi Revlon Indonesia.

## **Saran**

Saran berdasarkan penelitian, keputusan Revlon Indonesia menggunakan media sosial Instagram sebagai pemulih krisis sudah cukup baik namun dalam penyampaian informasinya sebaiknya Revlon Indonesia dapat memberi penjelasan yang lebih detail atas pemberitaan yang timbul akan bangkrutnya Revlon Indonesia. Penggunaan Instagram sebagai media untuk klarifikasi dapat digunakan lebih maksimal lagi untuk mengembalikan citra positif dari brand Revlon tersebut mengingat banyaknya konsumen yang terlihat dari komentar yang tertera di Instagram saat berita bahwa Revlon akan bangkrut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akudigital. (n.d.). Media Relation : Pengertian, Definisi, Fungsi & Manfaatnya. Retrieved from akudigital.com: <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-media-relation/>
- Amani, N. K. (2022, Juni 17). Revlon Bangkrut: Intip Penyebab dan Sejarah 90 Tahun Beroperasi. Retrieved from merdeka: <https://www.merdeka.com/uang/revlon-bangkrut-intip-penyebab-dan-sejarah-90-tahun-beroperasi.html>
- Argenti, P. A. (2009). Corporate Communication, Fifth Edition. New York: McGraw Hill.
- Benoit, W. L. (1995). Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies. Albany: State University of New York Press.
- Bungin, H. B. (2007). Penelitian kualitatif : Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya . Jakarta: Kencana.
- Coombs, W. T. (2006). "Crisis Management : A Communicative Approach." Public Relations Theory II. Carl H. Botan & Vincent Hazelton (eds.). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dan Pyle Millar, R. L. (2004). Responding to crisis: a rhetorical approach to crisis communication. Mahwah. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dara Julana, H. M. (2021). Strategi Humas Dalam Mengembalikan Citra Positif Radio Baiturrahman Di Kalangan Pendengar. Islamic Communications And Media Studies, VOL 1 NO 2 , 117-132.
- Dwi Siti Amalia Luthfie, M. C. (2020). Image Restoration Indira Kalistha melalui Instagram.
- Firly Rachmah Istighfarin, M. Y. (2020). Peran Public Relation Dalam Mengembalikan Citra Perusahaan : Studi Kasus Apartemen Cinere Bellevue Suites Pasca Kebakaran Tahun 2017. Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, VOL.01 NO. 12, 238-245.
- Firmansyah, M. (2022, Juni 17). Penyebab Kerajaan Kosmetik Revlon Ajukan Permohonan Bangkrut. Retrieved from asumsi: <https://asumsi.co/post/12194/penyebab-kerajaan-kosmetik-revlon-ajukan-permohonan-bangkrut>
- Kriyantono, R. (2014). Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal. Jakarta : Kencana PrenadaMedia Group.
- Kyhn, H. S. (2008). Situational Crisis Communication Theory: Its Use in A Complex Crisis with Scandinavian Airlines' Grounding of Dash 8-Q400 Airlines. Retrieved from Master Thesis. Aarhus School of Business:  
<https://dl.icdst.org/pdfs/files/0e8d769c306ae51d9075fa87693ede99.pdf>
- Prosiding Hubungan Masyarakat, Volume 6, No. 2, 338-334.

Revlonid. (2022a, Juni 18). Terima kasih untuk cinta dan kesetiaan teman-teman pada Revlon Indonesia. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Ce7rRrrvg8y/>

Revlonid. (2022b, Juni 25). Revlon Indonesia on Instagram: "Annyeong, Chingu! Instagram. <https://www.instagram.com/p/CfBMth9vtZ7/>

Romeltea. (2022, Agustus 25). Digital Media Relations, Hubungan Media Era Digital. Retrieved from romeltea.com: <https://romeltea.com/digital-media-relations-hubungan-media-era-digital/>

Rumanti, M. A. (2002). Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik. Jakarta: PT. Grafindo. Moleong, L. J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sari, R. P. (2020). Strategi Public Relations dalam Upaya Membangun Citra PT. Prudential Life Assurance. Jurnal Pustaka Komunikasi, Volume 3, No. 2, 159-166.

Startup, T. (2022, Juni 21). Revlon Terancam Bangkrut! Retrieved from Teman Startup: <https://temanstartup.com/revlon-terancam-bangkrut/>

@ssunflowchild. (2022). Revlon Bangkrut. Twitter. [https://twitter.com/ssunflowchild/status/1538425385670832128?s=20&t=2F9Py\\_hAg%20mEf8T0Fu7tXkA](https://twitter.com/ssunflowchild/status/1538425385670832128?s=20&t=2F9Py_hAg%20mEf8T0Fu7tXkA)