

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**Manajemen Komunikasi *Public Relations* Tim RK-Suswono Dalam
Pencabutan Gugatan Hasil Pilkada Jakarta**

Diah Fatma Sjoraida¹, Serepina Tiur Maida², Sitinah³, Mayang Riyantie⁴, Aat Ruchiat Nugraha⁵

¹Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Padjadjaran
Unpad Dipatiukur, Jl. Adipati Kertabumi No.35 40132, Lebak Gede, Bandung Wetan, Bandung City,
West Java 40115

^{2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular
Jalan Cipinang Besar No.2. 68 Jakarta Timur 13410

⁴Universitas Negeri Jakarta
Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

⁵Hubungan Masyarakat, Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat
45363

E-Mail: diah.fatma@unpad.ac.id

Abstract - This study aims to analyze the Public Relations (PR) communication strategies employed by the campaign team of Ridwan Kamil and Suswono (RK-Suswono) in the context of withdrawing their legal challenge to the Jakarta election results. The withdrawal was a strategic decision that not only impacted their political stance but also influenced public perceptions of their integrity and image. This study adopts a qualitative approach using a case study method, with data collected through document analysis, in-depth interviews with the PR team, and observations of narratives developed in mass media and social media. The findings reveal that the RK-Suswono team's PR strategy featured a dramaturgical approach, highlighting significant distinctions between internal communications aimed at unifying the team and external communications designed to project a harmonious image to the public. Furthermore, transparency in conveying the decision to the public played a critical role in maintaining the credibility of the RK-Suswono pair amid a highly conflictual and politically charged situation. This study concludes that effective PR communication in sensitive contexts requires synergy between solid internal narratives and strategically crafted external communications. The research provides valuable insights into the role of PR communication in building public trust and strengthening political positioning during crises.

Keywords: Public Relations Communication; RK-Suswono; Withdrawal of Legal Challenge; Jakarta Election

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi Public Relations (PR) yang dilakukan oleh tim pasangan Ridwan Kamil dan Suswono (RK-Suswono) dalam konteks pencabutan gugatan hasil Pilkada Jakarta. Pencabutan gugatan ini merupakan keputusan strategis yang tidak hanya berdampak pada

posisi politik pasangan tersebut tetapi juga pada persepsi publik terhadap integritas dan citra mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data diperoleh melalui analisis dokumentasi, wawancara mendalam dengan tim PR, dan pengamatan terhadap narasi yang berkembang di media massa dan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi PR tim RK-Suswono menonjolkan pendekatan dramaturgis, di mana terdapat perbedaan signifikan antara komunikasi internal yang bertujuan menyatukan tim dan komunikasi eksternal yang difokuskan pada membangun citra harmonis di mata publik. Selain itu, transparansi dalam penyampaian keputusan kepada publik memainkan peran kunci dalam menjaga kredibilitas pasangan RK-Suswono di tengah situasi yang sarat konflik dan tekanan politik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi PR yang efektif dalam situasi sensitif membutuhkan sinergi antara narasi internal yang solid dan komunikasi eksternal yang strategis. Studi ini memberikan wawasan penting tentang peran komunikasi PR dalam membangun kepercayaan publik dan memperkuat posisi politik dalam situasi krisis.

Kata Kunci: Komunikasi Public Relations; RK-Suswono; Pencabutan Gugatan; Pilkada Jakarta

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jakarta selalu menjadi pusat perhatian nasional, tidak hanya karena posisi strategis Jakarta sebagai ibu kota negara tetapi juga karena dinamika politik yang kerap menjadi barometer politik nasional. Dalam Pilkada Jakarta kali ini, persaingan antara pasangan Pramono Anung-Rano Karno dan Ridwan Kamil-Suswono menjadi sorotan utama.

Meski menunjukkan performa yang kuat, pasangan Ridwan Kamil-Suswono (RK-Suswono) akhirnya harus menerima kekalahan dalam hasil penghitungan suara. Namun, dinamika politik tidak berhenti. Tim RK-Suswono memutuskan untuk mengajukan gugatan terhadap hasil Pilkada, yang didasarkan pada dugaan ketidakadilan dan pelanggaran prosedural selama proses pemilihan. Gugatan ini sempat menarik perhatian luas dan memengaruhi opini publik. Di tengah proses tersebut, keputusan tim RK-Suswono untuk mencabut gugatan menjadi langkah strategis yang tidak hanya menghentikan konflik hukum tetapi juga menimbulkan berbagai interpretasi di kalangan publik dan media.

Dalam hal ini pilihan teori peneliti adalah Manajemen PR dan Dramaturgi. Peran manajemen Public Relations (PR) menjadi sangat penting untuk mengelola narasi, menjaga citra pasangan RK-Suswono dan meminimalkan dampak negatif dari keputusan yang diambil. Keputusan ini membuka diskusi menarik tentang bagaimana strategi komunikasi Public Relations (PR) tim RK-Suswono dikelola, baik secara internal maupun eksternal. Komunikasi PR memainkan peran sentral dalam mengarahkan narasi dan memitigasi dampak politik serta reputasi dari pencabutan gugatan tersebut. Secara internal, komunikasi PR diperlukan untuk menyatukan pandangan tim dan memastikan keputusan tersebut diterima oleh semua pihak dalam organisasi. Sementara secara eksternal, strategi komunikasi difokuskan pada membangun narasi yang dapat mempertahankan citra positif pasangan RK-Suswono di mata publik, sekaligus mengelola persepsi agar keputusan mencabut gugatan dianggap sebagai langkah yang bijaksana dan bertanggung jawab.

Fenomena pencabutan gugatan Pilkada Jakarta oleh tim RK-Suswono mencerminkan dinamika dramaturgis dalam komunikasi PR, yaitu perbedaan antara "panggung depan" (*front stage*) dan "panggung belakang" (*back stage*) dalam penyampaian pesan. Pada panggung depan, komunikasi eksternal bertujuan untuk menjaga citra positif di mata publik, menonjolkan profesionalisme, dan menunjukkan bahwa keputusan diambil dengan pertimbangan matang. Narasi yang dibangun di media massa dan media sosial menekankan bahwa langkah ini adalah bentuk kedewasaan politik serta kontribusi pasangan RK-Suswono terhadap stabilitas demokrasi.

Di panggung belakang, komunikasi internal dihadapkan pada dinamika yang lebih rumit (Wahdaniah & Maring, 2021) (Shabiriani, 2021) (Krisnawati, 2020). Proses pengambilan keputusan untuk mencabut gugatan kemungkinan melibatkan diskusi intensif di antara berbagai pihak, termasuk tim hukum, PR internal, dan manajemen strategis pasangan tersebut. Konflik kepentingan, tekanan dari pendukung, hingga kebutuhan untuk menjaga kohesi tim menjadi tantangan yang harus dihadapi manajemen PR internal. Dalam situasi seperti ini, manajemen PR internal dituntut untuk tidak hanya mengelola komunikasi tetapi juga menjadi fasilitator dalam menyatukan pandangan dan membangun konsensus.

Pencabutan gugatan Pilkada Jakarta oleh tim RK-Suswono memberikan gambaran menarik tentang bagaimana komunikasi PR internal dan eksternal berperan dalam situasi politik yang penuh tekanan. Di satu sisi, komunikasi internal menjadi alat konsolidasi untuk memastikan bahwa tim tetap solid dan fokus pada tujuan strategis jangka panjang. Di sisi lain, komunikasi eksternal bertugas menjaga kepercayaan publik dengan membangun narasi yang positif dan kredibel.

Dalam Teori Komunikasi Public Relations (PR) dinyatakan bahwa komunikasi PR merupakan aktivitas strategis yang bertujuan membangun hubungan positif antara organisasi dan publiknya. Hal ini dinyatakan oleh Grunig dan Hunt (1984) dalam teori *Excellence in Public Relations* yang mengidentifikasi komunikasi dua arah simetris sebagai pendekatan terbaik dalam praktik PR (Rahman, 2015) (Dwijayanti & Yatri Indah Kusumastuti, 2018). Model ini memungkinkan organisasi dan publik untuk saling bertukar informasi secara transparan, yang menciptakan hubungan saling menguntungkan. Dalam konteks tim RK-Suswono, komunikasi PR digunakan untuk menjaga citra pasangan calon di tengah tekanan politik dan media yang kompleks. Selain itu, Dozier dan Grunig (1995) menekankan pentingnya *boundary-spanning role* dalam komunikasi PR, yaitu kemampuan PR untuk menjadi penghubung antara kebutuhan internal organisasi dan harapan eksternal publik (Lengkong et al., 2017) (Angelia, Filda, 2020) (Jauhari, 2021). Dalam kasus pencabutan gugatan Pilkada, peran ini sangat penting untuk menyelaraskan narasi internal dengan pesan-pesan eksternal yang strategis.

Selanjutnya pendekatan dramaturgi dari Erving Goffman (1959) dalam *The Presentation of Self in Everyday Life* memberikan kerangka teoretis untuk memahami perbedaan antara komunikasi di "panggung depan" dan "panggung belakang." Dalam panggung depan, organisasi menyampaikan narasi publik yang dirancang untuk membangun citra positif (Krisnawati, 2020) (Shabiriani, 2021) (Purbaningsih et al., 2020). Sebaliknya, di panggung belakang, terdapat diskusi internal yang kerap lebih kompleks dan konflikual. Fenomena ini relevan dalam kasus tim RK-Suswono, di mana komunikasi eksternal difokuskan pada membangun citra pasangan sebagai pihak yang menghormati demokrasi dan mengedepankan stabilitas politik.

Manajemen PR dalam situasi krisis memiliki peran sentral dalam mengelola resiko terhadap reputasi organisasi. Coombs (2007) melalui teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) mengidentifikasi bahwa respon organisasi terhadap krisis harus disesuaikan dengan jenis krisis yang dihadapi (Nimah, 2022) (Wacika, 2021). Strategi komunikasi dalam situasi krisis meliputi klarifikasi, transparansi, dan pengelolaan narasi untuk menjaga kepercayaan publik. Dalam konteks pencabutan gugatan Pilkada, tim RK-Suswono menghadapi tantangan krisis yang berkaitan dengan persepsi negatif dari pendukung dan media. Mengadopsi pendekatan SCCT, respon komunikasi tim RK-Suswono harus mencakup penjelasan rasional yang dapat diterima publik, pengelolaan kritik dengan bijak, serta pembangunan narasi positif untuk memitigasi dampak reputasi.

Secara definitif, komunikasi PR dalam fenomena RK-Suswono berada dalam lingkaran implementasi politis, oleh sebab itu pemahaman tentang komunikasi juga sangat dibutuhkan dalam

penelitian ini. Komunikasi politik adalah aspek penting dalam membangun citra dan memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat atau organisasi politik. McNair (2011) mendefinisikan komunikasi politik sebagai proses penyampaian pesan-pesan politik melalui media untuk membentuk opini publik (Mohamad Permana & Rosfiantika, 2022). Dalam konteks Pilkada Jakarta, media massa dan media sosial menjadi saluran utama bagi tim RK-Suswono untuk menyampaikan pesan strategis mereka. Teori *Agenda-Setting* (McCombs & Shaw, 1972) juga relevan dalam kajian ini, karena media memiliki peran penting dalam menentukan fokus perhatian publik terhadap isu-isu tertentu (Ritonga, 2018) (Kusumawardani & Cahyanto, 2023). Tim RK-Suswono harus memanfaatkan media untuk mengarahkan perhatian publik pada nilai-nilai positif, seperti kedewasaan politik dan komitmen terhadap stabilitas demokrasi, sambil meminimalkan sorotan negatif terhadap keputusan pencabutan gugatan.

Pada sisi lain, era digital membawa tantangan baru dalam praktik PR, di mana media sosial menjadi alat utama dalam komunikasi organisasi. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih cepat dan interaktif. Namun, platform ini juga menghadirkan resiko, seperti penyebaran kritik yang viral dan sulit dikendalikan. Dalam kasus RK-Suswono, media sosial berfungsi sebagai ruang utama untuk membangun narasi dan merespon kritik publik (Satvikadewi & Hamim, 2018) (Aminudin, 2023). Strategi digital PR yang efektif mencakup penggunaan narasi berbasis nilai, respon *real-time* terhadap isu yang berkembang, dan kolaborasi dengan pemimpin opini untuk memperluas jangkauan pesan.

Dalam artikel "Aktivitas Public Relations Politik dalam Pengelolaan Citra Prabowo sebagai Capres 2019" oleh Hanif Rahman dan Fal Harmonis (2022) yang menganalisis aktivitas PR politik dalam membentuk citra Prabowo Subianto sebagai calon presiden pada Pemilu 2019. Studi ini memberikan wawasan tentang strategi PR politik dalam membangun citra kandidat, yang relevan dengan upaya tim RK-Suswono dalam mengelola komunikasi terkait pencabutan gugatan Pilkada (Hanif Rahman dan Fal Harmonis, 2022).

Dalam artikel "Analisis Performa Public Relations Digital PDIP dan PKS", Yulius Wahyu Tri Utomo dan Nyarwi Ahmad (2023) membandingkan efektivitas PR digital antara dua partai politik besar di Indonesia, PDIP dan PKS. Hasilnya menunjukkan bagaimana PR digital dapat memengaruhi persepsi publik dan mendukung tujuan politik, yang dapat diaplikasikan dalam konteks PR tim RK-Suswono (Utomo & Ahmad, 2023). Selanjutnya dalam artikel "Arena Komunikasi Politik di Indonesia: Bagaimana Masyarakat Sipil Menggunakan Media Baru sebagai Komunikasi Politik", Wisnu Martha Adiputra, Budi Irawanto, dan Novi Kurnia (2023) membahas bagaimana kelompok masyarakat sipil memanfaatkan media baru dalam komunikasi politik. Meskipun fokusnya pada masyarakat sipil, temuan ini relevan untuk memahami peran media baru dalam strategi PR politik, termasuk dalam konteks pencabutan gugatan Pilkada (Wisnu Martha Adiputra, n.d.). Dalam hal komunikasi krisis, artikel berjudul "Kajian Kritis Komunikasi Krisis: Belajar dari Kerumitan Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia dalam Penanganan Pandemi COVID-19" oleh Wijayanto, Rina Martini, Gita N. Elsitra mengevaluasi komunikasi krisis yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia selama pandemi COVID-19, menyoroti tantangan dan strategi yang diterapkan. Temuan ini relevan untuk memahami dinamika komunikasi krisis dalam situasi politik dan sosial yang kompleks (Wijayanto et al., 2022) (Budiarsa & Pandiangan, 2022).

Dalam hal budaya publik dalam merespon hasil Pilkada, Akhyar Anshori, Rudianto, Abrar Adhani dan Nurhasanah Nasution dalam artikel berjudul: "Pengaruh Relasi Budaya dalam Pesan dan Saluran Politik terhadap Sikap Pemilih Kota Medan" meneliti bagaimana elemen budaya dalam pesan politik dan saluran komunikasi memengaruhi sikap pemilih di Kota Medan. Hasilnya memberikan wawasan tentang pentingnya mempertimbangkan aspek budaya dalam komunikasi

politik. Penelitian ini memberikan kerangka teoritis dan empiris yang berguna untuk menganalisis peran manajemen public relations internal dalam meningkatkan kapabilitas komunikator perubahan, khususnya dalam konteks pencabutan gugatan hasil Pilkada Jakarta oleh tim RK-Suswono (Anshori et al., 2021).

Dari sejumlah penelitian terdahulu tersebut, didapatkan novelty. Riset dalam artikel ini telah memperluas kajian tentang komunikasi PR dengan menjembatani dua aspek utama: (1) dinamika komunikasi internal-eksternal dalam situasi krisis politik, dan (2) integrasi elemen budaya, dramaturgi, dan digitalisasi dalam strategi PR. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang signifikan dalam memahami peran manajemen PR dalam mengelola tantangan politik kontemporer, khususnya dalam konteks Pilkada Jakarta yang kompleks.

METODOLOGI

Paradigma penelitian adalah konstruktivis, dengan mengutamakan konstruksi bahasa PR dan ranah filosofis dramaturgi. Metode penelitian adalah studi kasus, yakni dengan mengeksplorasi peran manajemen Public Relations (PR) tim RK-Suswono dalam pencabutan gugatan hasil Pilkada Jakarta. Desain penelitian dirancang sebagai studi kasus eksploratif yang bertujuan untuk memahami secara komprehensif bagaimana komunikasi PR internal dan eksternal dikelola selama proses pengambilan keputusan strategis terkait pencabutan gugatan (Helaluddin, 2018) (Anugrah, 2017).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. *Pertama*, wawancara dilakukan dengan informan yang terlibat langsung dalam strategi PR tim RK-Suswono, anggota tim media sosial, analis politik dan tokoh masyarakat yang menjadi mitra kampanye. Wawancara ini bertujuan untuk menggali strategi komunikasi internal dalam konsolidasi keputusan, taktik komunikasi eksternal dalam membangun narasi publik serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan persepsi publik. *Kedua*, analisis dokumen dilakukan untuk melengkapi wawancara dengan memeriksa siaran pers resmi, transkrip pernyataan publik, konten media sosial yang relevan, serta laporan analisis media terkait narasi publik yang berkembang. *Ketiga*, observasi partisipatif dilakukan untuk memahami pola komunikasi tim RK-Suswono melalui partisipasi dalam acara daring seperti webinar atau konferensi pers. Observasi ini membantu peneliti untuk memahami bagaimana narasi disampaikan kepada publik dan bagaimana respon khalayak dikelola. Selain itu, analisis media sosial juga digunakan untuk mengidentifikasi pola interaksi antara tim PR dan khalayak, jenis konten yang diproduksi, serta respon publik terhadap pernyataan resmi (Yusanto, 2020).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam komunikasi PR internal dan eksternal. Proses analisis melibatkan reduksi data, pengelompokan data berdasarkan tema seperti strategi komunikasi internal, manajemen krisis, atau interaksi digital dan triangulasi data untuk memvalidasi temuan. Langkah-langkah ini dilengkapi dengan interpretasi hasil untuk menyimpulkan hubungan antara temuan penelitian dan teori yang relevan, seperti komunikasi dua arah simetris, dramaturgi atau manajemen krisis (Alfansyur & Mariyani, 2020).

HASIL PENELITIAN

Komunikasi Internal:

Konsolidasi dan Penciptaan Kesepakatan

Salah satu temuan utama penelitian adalah pola komunikasi internal dalam menciptakan konsensus di antara anggota tim terkait keputusan pencabutan gugatan. Tim PR internal memfasilitasi diskusi strategis antara kandidat RK-Suswono, penasihat hukum dan anggota tim kampanye untuk menyelaraskan tujuan politik dan persepsi publik. Komunikasi internal ini menggunakan pendekatan komunikasi dua arah simetris (*Two-Way Symmetrical Communication*), di mana setiap pihak memiliki ruang untuk memberikan masukan yang kemudian digunakan untuk merumuskan keputusan akhir.

Komunikasi yang transparan menjadi elemen penting dalam membangun rasa saling percaya. Dalam konteks ini, penggunaan data sebagai dasar pengambilan keputusan menjadi sangat vital. Melalui pemanfaatan data yang akurat dan analisis yang mendalam, tim dapat menilai kemungkinan resiko dan dampak dari pencabutan gugatan tersebut, serta memberikan gambaran yang jelas tentang implikasi keputusan ini terhadap citra publik kandidat. Dengan demikian, keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan persepsi individu, tetapi juga didukung oleh bukti dan analisis yang kuat, yang akhirnya memperkuat legitimasi keputusan tersebut. Selain itu, pendekatan ini menghindari dominasi satu pihak atau kelompok dalam proses pengambilan keputusan, memastikan bahwa suara semua pihak didengar dan dipertimbangkan. Hal ini mengurangi potensi terjadinya ketidakpuasan atau konflik internal di kemudian hari, karena semua pihak merasa terlibat dalam proses dan keputusan yang dihasilkan.

Strategi Dramaturgi dalam Komunikasi Internal: Menciptakan Narasi yang Konsisten dan Kredibel

Selain pendekatan komunikasi dua arah simetris, tim PR internal juga mengadopsi strategi dramaturgi yang diungkapkan oleh Erving Goffman dalam teori teatrikalnya. Dalam konteks ini, “panggung belakang” menjadi arena penting untuk mempersiapkan langkah-langkah strategis sebelum pesan tersebut dipublikasikan atau disampaikan kepada khalayak eksternal. Panggung belakang ini tidak hanya melibatkan diskusi teknis dan strategis, tetapi juga penataan narasi yang akan dibawa ke “panggung depan”, yaitu publik dan media.

Menurut teori dramaturgi Goffman (Fitri, 2015), setiap individu dalam organisasi memainkan peran tertentu, baik di belakang layar (panggung belakang) maupun di depan layar (panggung depan). Dalam konteks pencabutan gugatan ini, tim PR internal berperan sebagai sutradara yang mengelola penampilan dan pesan yang akan disampaikan. Di “panggung belakang”, sebelum keputusan diumumkan kepada publik, tim PR dan anggota tim lainnya berfokus pada penyesuaian pesan dan strategi untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dapat diterima dengan baik oleh publik. Diskusi internal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang alasan di balik keputusan tersebut, serta penyesuaian bahasa dan cara penyampaian agar narasi yang dihasilkan konsisten dengan tujuan politik kandidat dan tidak menimbulkan keraguan di kalangan khalayak. Hal ini sesuai dengan konsep PR sebagai fasilitator komunikasi (*communication facilitator*), yakni memfasilitasi komunikasi antara publik dan manajemen (Muhammad Ferdian Giffari, Fizzy Andriani, Eni Kardi Wiyati, 2017).

Proses ini penting untuk memastikan bahwa setiap anggota tim memahami secara utuh dan mendalam alasan serta dampak dari keputusan pencabutan gugatan. Dengan cara ini, ketika keputusan tersebut akhirnya disampaikan kepada publik, semua anggota tim sudah siap untuk memberikan klarifikasi dan menjelaskan langkah-langkah yang diambil secara koheren dan tanpa keraguan. Pemahaman yang kuat terhadap alasan di balik keputusan tersebut memungkinkan anggota tim untuk lebih percaya diri dalam menyampaikan pesan kepada media atau khalayak eksternal, sekaligus memperkuat konsistensi narasi yang dibangun.

Selain itu, strategi dramaturgi ini juga memperlihatkan pentingnya kontrol pesan yang sangat selektif. Sebelum disampaikan kepada publik, tim PR memastikan bahwa pesan yang akan dipublikasikan telah melalui proses penyaringan yang matang. Tidak hanya berfokus pada bagaimana pesan diterima, tetapi juga pada bagaimana cara pesan itu disampaikan untuk menciptakan citra yang sesuai dengan tujuan politik. Narasi yang disampaikan kepada publik harus menggambarkan keputusan tersebut sebagai langkah strategis yang tepat dan tidak dapat dihindari, serta menghilangkan kemungkinan kesan bahwa keputusan tersebut diambil tanpa pertimbangan yang matang.

Kredibilitas narasi yang dibangun sangat bergantung pada keseragaman pesan di seluruh lini komunikasi, baik internal maupun eksternal. Oleh karena itu, penggunaan strategi dramaturgi memastikan bahwa narasi yang dibangun tidak hanya kuat dari segi konten, tetapi juga memiliki daya tarik emosional yang dapat menyentuh khalayak eksternal dengan cara yang meyakinkan. Sebagai hasil dari penerapan strategi ini, tim kampanye berhasil menyampaikan pesan pencabutan gugatan kepada publik dengan narasi yang koheren dan konsisten. Melalui persiapan matang di “panggung belakang”, keputusan ini tidak hanya diterima dengan lebih baik oleh khalayak, tetapi juga memperkuat citra kandidat RK-Suswono sebagai sosok yang bijaksana dan mampu mengambil langkah-langkah strategis untuk kebaikan bersama. Oleh karena itu, strategi dramaturgi memainkan peran yang sangat vital dalam menciptakan narasi yang tidak hanya kredibel tetapi juga dapat diterima secara luas oleh masyarakat dan media.

Pembentukan Narasi Publik:

Menonjolkan Konsensus dan Stabilitas Politik

Dalam menghadapi tantangan komunikasi eksternal, tim PR RK-Suswono mengarahkan perhatian utama pada penciptaan narasi publik yang mampu menggambarkan komitmen kandidat terhadap konsensus politik dan stabilitas nasional. Tujuan utamanya adalah untuk membangun citra RK-Suswono sebagai pemimpin yang bertanggung jawab, menghargai proses demokrasi, dan mengutamakan kepentingan masyarakat Jakarta. Tim PR memanfaatkan berbagai saluran komunikasi eksternal—termasuk media sosial, siaran pers, dan wawancara media—untuk mengomunikasikan nilai-nilai ini dengan cara yang menyentuh emosi publik dan memberikan keyakinan pada kestabilan politik yang diinginkan.

Salah satu pendekatan yang digunakan dalam komunikasi eksternal adalah *storytelling*, yang memungkinkan kampanye RK-Suswono untuk menyampaikan cerita yang lebih personal dan mengena. Alih-alih hanya memaparkan fakta-fakta politik atau keputusan administratif, kampanye ini mengusung cerita yang menonjolkan perjalanan pribadi kandidat dalam memajukan Jakarta, serta pengorbanannya untuk rakyat. Storytelling ini bertujuan untuk menggugah empati khalayak dan menciptakan ikatan emosional dengan publik, yang pada gilirannya diharapkan meningkatkan dukungan terhadap RK-Suswono.

Narasi yang disampaikan dalam kampanye ini sangat terfokus pada nilai-nilai kebangsaan dan persatuan. Tim PR menekankan bahwa pencabutan gugatan merupakan keputusan yang diambil demi kebaikan bersama, dan langkah ini merupakan simbol dari kesediaan RK-Suswono untuk mengedepankan kepentingan publik di atas segalanya. Melalui pendekatan ini, publik diharapkan dapat melihat tindakan tersebut bukan sebagai keputusan yang kontroversial, tetapi sebagai langkah yang menunjukkan kedewasaan politik dan komitmen untuk menjaga stabilitas yang lebih besar.

Selain itu, media sosial menjadi platform utama dalam memperkuat narasi tersebut. Penggunaan media sosial memungkinkan kampanye untuk berbicara langsung dengan khalayak,

tanpa perantara media tradisional, memberikan kesempatan bagi RK-Suswono untuk menyampaikan pesan secara lebih personal dan langsung. Di sini, pesan yang disampaikan tetap menjaga konsistensi dengan nilai-nilai yang sudah ditetapkan, yakni kebangsaan, kestabilan, dan pengabdian kepada rakyat. Media sosial juga memungkinkan kampanye untuk lebih responif terhadap dinamika yang terjadi di masyarakat, sehingga tim PR dapat menyesuaikan pesan dengan cepat dan efektif.

Siaran pers dan wawancara media juga menjadi saluran utama untuk memformalkan narasi yang sudah dibangun, memperkenalkan perspektif yang lebih luas, dan memberikan informasi tambahan terkait langkah politik yang diambil. Melalui wawancara dengan media, RK-Suswono berkesempatan untuk menjelaskan lebih rinci tentang alasan pencabutan gugatan, serta bagaimana keputusan tersebut mendukung tujuan jangka panjang untuk kestabilan politik Jakarta dan Indonesia secara keseluruhan.

Salah satu kunci keberhasilan dari kampanye ini adalah konsistensi dalam penyampaian pesan. Semua saluran komunikasi, baik media sosial, siaran pers, maupun wawancara media, bertujuan untuk membangun citra RK-Suswono sebagai figur yang memprioritaskan kepentingan rakyat dan negara, serta menghormati prinsip-prinsip demokrasi yang menjadi dasar sistem politik Indonesia. Dengan mengedepankan narasi konsensus dan kestabilan politik, tim PR berhasil menyampaikan pesan yang memperkuat citra RK-Suswono sebagai pemimpin yang visioner dan berkomitmen terhadap perdamaian politik.

Melalui pendekatan komunikasi eksternal yang terintegrasi ini, tim PR RK-Suswono tidak hanya berhasil membangun citra positif, tetapi juga memastikan bahwa narasi yang dibangun bisa diterima dan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Dengan menonjolkan nilai-nilai kebangsaan, demokrasi, dan kestabilan, kampanye ini berhasil menyampaikan pesan yang kuat, jelas, dan berdampak, serta memupuk dukungan dari khalayak yang lebih luas.

Pengelolaan Krisis: Respon terhadap Kritik Publik

Keputusan pencabutan gugatan dalam Pilkada Jakarta memicu berbagai reaksi dari masyarakat, termasuk kritik tajam dari segelintir pendukung fanatik yang merasa langkah tersebut melemahkan posisi RK-Suswono dalam kontestasi politik. Dalam menghadapi situasi ini, tim PR RK-Suswono dihadapkan pada tantangan besar untuk mengelola sentimen negatif tanpa merusak hubungan dengan basis pendukung yang telah ada. Tantangan ini membutuhkan pendekatan yang sangat hati-hati, mengingat dampak yang dapat ditimbulkan dari penanganan krisis yang tidak tepat.

Sebagai bagian dari upaya untuk merespon krisis ini, tim PR RK-Suswono mengadopsi strategi manajemen krisis yang proaktif dan berbasis komunikasi transparan. Langkah pertama yang diambil adalah merespon kritik publik secara cepat dan terbuka melalui saluran media sosial dan konferensi pers. Tim PR menyadari bahwa media sosial adalah platform yang sangat cepat dalam menyebarkan opini, baik yang positif maupun negatif, sehingga respon yang cepat dan tepat sangat penting untuk menjaga narasi yang sudah dibangun.

Pernyataan resmi yang dikeluarkan oleh tim PR menekankan bahwa keputusan pencabutan gugatan adalah langkah strategis yang diambil demi menghindari konflik berkepanjangan yang dapat merugikan kestabilan politik Jakarta. Penekanan ini bertujuan untuk menggiring diskusi ke arah yang lebih konstruktif, yakni pentingnya menjaga stabilitas politik untuk kepentingan publik, yang sejalan dengan visi demokrasi dan kesejahteraan jangka panjang. Tim PR dengan jelas

mengkomunikasikan bahwa keputusan tersebut bukanlah bentuk kelemahan, melainkan keputusan bijaksana untuk memastikan bahwa tidak ada konflik yang dapat merusak harmoni politik.

Selain respon langsung melalui saluran komunikasi utama, pengelolaan krisis ini juga melibatkan upaya kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan opinion leaders. Tokoh-tokoh ini dianggap memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi publik. Oleh karena itu, tim PR bekerja sama dengan mereka untuk menyampaikan pesan yang memperkuat narasi stabilitas politik yang menjadi landasan keputusan tersebut. Penggunaan opinion leaders ini efektif untuk mengalihkan perhatian publik dari kritik terhadap keputusan tersebut ke arah manfaat jangka panjang yang dapat dihasilkan, baik bagi Jakarta maupun Indonesia secara keseluruhan.

Strategi ini terbukti efektif dalam membentuk ulang persepsi publik, dengan memfokuskan kembali perhatian mereka pada tujuan utama pencabutan gugatan, yaitu untuk menciptakan kestabilan politik yang lebih baik. Pengelolaan krisis yang cepat dan terukur tidak hanya membantu mengurangi dampak negatif dari sentimen publik yang muncul, tetapi juga memperkuat citra RK-Suswono sebagai pemimpin yang bijaksana, berani mengambil langkah-langkah yang sulit namun diperlukan, dan tetap fokus pada kepentingan rakyat.

Pengelolaan krisis ini juga memberikan pelajaran penting dalam hal komunikasi politik yang responif. Dengan merespon kritik secara cepat, tepat, dan berbasis data, tim PR berhasil meredakan ketegangan yang muncul dan mengembalikan fokus pada kebijakan jangka panjang yang diinginkan. Keberhasilan dalam mengatasi krisis ini menunjukkan pentingnya memiliki strategi komunikasi yang solid dan efektif dalam setiap fase kampanye, terutama ketika dihadapkan pada tantangan yang menguji kredibilitas dan konsistensi kandidat.

PEMBAHASAN

Manajemen Pengelolaan Pesan:

Kesan Simbolik dalam Strategi PR RK-Suswono

Manajemen pengelolaan pesan dalam konteks kampanye RK-Suswono tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi secara langsung, tetapi juga pada penciptaan kesan simbolik yang dapat mempengaruhi persepsi publik dan memperkuat citra politik. Dalam hal ini, tim PR RK-Suswono memanfaatkan simbol-simbol yang dapat mengkomunikasikan nilai-nilai penting tanpa harus disampaikan secara eksplisit. Kesan simbolik ini dibangun melalui berbagai elemen komunikasi, mulai dari pemilihan bahasa, visual, hingga perilaku dan tindakan yang ditunjukkan oleh kandidat serta timnya.

Salah satu bentuk pengelolaan pesan kesan simbolik adalah penggunaan elemen visual dalam kampanye, yang secara konsisten mengaitkan RK-Suswono dengan simbol-simbol kestabilan politik dan kebangsaan. Misalnya, pemilihan warna yang mewakili kedamaian dan kebersamaan, serta penggunaan simbol-simbol yang berkaitan dengan kesatuan bangsa, yang diperkenalkan dalam setiap materi kampanye. Simbol-simbol ini tidak hanya menjadi representasi visual dari pesan yang ingin disampaikan, tetapi juga menciptakan hubungan emosional yang mendalam dengan khalayak. Dengan membangun kesan ini, publik tidak hanya menerima pesan secara kognitif, tetapi juga terhubung dengan pesan tersebut secara emosional, yang pada gilirannya memperkuat citra positif RK-Suswono sebagai pemimpin yang bertanggung jawab dan berorientasi pada kepentingan publik.

Selain itu, tim PR RK-Suswono juga berhasil mengelola kesan simbolik melalui tindakan dan perilaku kandidat serta tim kampanye. Misalnya, dalam berbagai kesempatan wawancara atau pertemuan dengan publik, calon RK-Suswono secara sengaja memanfaatkan momen untuk menunjukkan sikap yang ramah, terbuka, dan siap mendengarkan suara rakyat. Tindakan ini bukan

hanya sekadar perilaku personal, tetapi juga dipahami sebagai simbol dari kepemimpinan yang demokratis dan berorientasi pada pelayanan publik. Dengan menciptakan kesan ini, tim PR berhasil menghubungkan kandidat dengan nilai-nilai yang lebih luas dan mengarah pada persepsi positif di mata publik.

Pengelolaan pesan kesan simbolik juga tercermin dalam cara tim PR RK-Suswono merespon isu-isu yang muncul seiring dengan pencabutan gugatan Pilkada Jakarta. Alih-alih merespon kritik dengan nada defensif, tim PR dengan sengaja mengarahkan komunikasi untuk menekankan bahwa keputusan tersebut bukanlah hasil dari kekalahan atau kelemahan, melainkan keputusan strategis demi kemajuan Jakarta dan Indonesia secara keseluruhan. Pesan yang dibangun di sini berusaha untuk menampilkan RK-Suswono sebagai figur yang lebih besar dari sekadar politik praktis, seorang pemimpin yang bertindak dengan kebijaksanaan demi kepentingan bersama.

Kesan simbolik ini juga diperkuat dengan pengelolaan narasi yang dilakukan oleh tim PR dalam mengkomunikasikan keputusan pencabutan gugatan ke publik. Tidak hanya melalui pernyataan resmi, tetapi juga dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, tokoh masyarakat, dan *opinion leaders* yang menyuarakan dukungan terhadap langkah yang diambil. Penggunaan tokoh-tokoh ini sebagai simbol dari konsensus dan stabilitas politik memberikan dampak signifikan terhadap pembentukan citra RK-Suswono yang kuat di mata publik. Pesan yang disampaikan melalui kolaborasi ini bukan hanya berkaitan dengan tindakan pragmatis, tetapi juga membangun kesan bahwa keputusan tersebut didukung oleh berbagai lapisan masyarakat, yang mengarah pada legitimasi sosial yang lebih luas.

Secara keseluruhan, manajemen pengelolaan pesan kesan simbolik dalam kampanye PR RK-Suswono terbukti efektif dalam membangun dan memperkuat citra publik yang positif. Dengan memanfaatkan simbol-simbol visual, perilaku, dan tindakan yang mencerminkan nilai-nilai stabilitas politik dan kebangsaan, tim PR tidak hanya menyampaikan pesan secara langsung, tetapi juga menciptakan kesan yang mendalam yang dapat bertahan dalam ingatan publik. Melalui pengelolaan pesan yang matang, kesan simbolik ini berhasil mempengaruhi cara publik memandang RK-Suswono dan memastikan bahwa keputusan yang diambil dapat diterima dengan baik oleh khalayak yang lebih luas.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen PR yang efektif membutuhkan integrasi antara komunikasi internal yang solid, strategi komunikasi eksternal yang berorientasi pada khalayak, dan pengelolaan krisis yang responif. Dalam konteks politik, pendekatan ini tidak hanya membantu menjaga citra kandidat tetapi juga mendukung stabilitas sosial dan politik yang lebih luas. Strategi komunikasi PR yang diterapkan tim RK-Suswono memberikan pelajaran berharga tentang bagaimana komunikasi yang terencana dapat menjadi alat untuk mengelola krisis, membangun kepercayaan publik, dan memperkuat legitimasi politik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen Public Relations (PR) internal tim RK-Suswono memainkan peran strategis dalam pencabutan gugatan hasil Pilkada Jakarta melalui pengelolaan komunikasi yang efektif dan terintegrasi. Manajemen PR internal mampu mengonsolidasikan komunikasi internal untuk menciptakan kesepakatan di antara tim, membangun narasi publik yang kredibel, serta mengelola krisis dengan respon cepat dan terukur.

Dalam aspek komunikasi internal, pendekatan transparan dan berbasis data membantu menciptakan konsensus yang menjadi dasar kuat bagi strategi komunikasi eksternal.

Dalam komunikasi eksternal, tim PR berhasil menyampaikan narasi yang menonjolkan nilai stabilitas politik dan kepentingan publik melalui storytelling dan personalisasi pesan. Penggunaan media sosial sebagai saluran utama untuk menyampaikan pesan menciptakan keterlibatan khalayak yang lebih luas, sementara kolaborasi dengan tokoh masyarakat dan *opinion leaders* membantu memperkuat legitimasi narasi yang dibangun.

Selain itu, manajemen krisis yang diterapkan menunjukkan bagaimana respon proaktif terhadap kritik publik dapat memitigasi dampak negatif dan menjaga kepercayaan publik. Pendekatan ini tidak hanya membantu meredam potensi konflik tetapi juga memperkuat citra RK-Suswono sebagai pemimpin yang bijaksana dan bertanggung jawab.

Secara teoretis, penelitian ini mendukung relevansi teori komunikasi dua arah simetris, dramaturgi, dan *storytelling* dalam konteks komunikasi politik yang kompleks. Kesimpulan penelitian ini memberikan wawasan praktis tentang pentingnya integrasi komunikasi internal dan eksternal dalam strategi PR, khususnya dalam menghadapi tantangan politik di era digital. Dengan pendekatan yang terencana dan adaptif, komunikasi PR dapat menjadi alat strategis untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan khalayak, memperkuat citra organisasi dan menciptakan stabilitas politik yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2).
- Aminudin, A. (2023). Media Sosial dan Wacana penundaan Pemilu 2024 Dalam Perspektif Norman Fairclough. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/4407>
- Angelia, Filda, et al. (2020). *PUBLIC RELATIONS DI ERA DIGITAL* (R. Rosemary, Y. Sriwartini, & A. R. Farida (eds.); Pertama). Syiah Kuala University Press.
- Anshori, A., Rudianto, Adhani, A., & Nasution, N. (2021). Pengaruh Relasi Budaya dalam Pesan dan Saluran Politik terhadap Sikap Pemilih : Studi Kasus di Pilkada Kota Medan Tahun 2020. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 22(2), 177–188.
- Anugrah, G. . (2017). Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang). *Studi Kasus Concept Photography Serang*, 1.
- Budiarsa, Y. T., & Pandiangan, A. (2022). Komunikasi Politik di Masa Pandemi: Analisis Isi Unggahan Instagram mengenai Program Pengendalian Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 26(2). <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4865>
- Dwijayanti, J., & Yatri Indah Kusumastuti. (2018). Hubungan Antara Cyber Public Relations dalam Mengkomunikasikan Etika Bisnis dan Citra Burgreens Correlation between Communicating Business' Ethic through Cyber Public Relations and Burgreens' Image. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2), 18. <http://ithh.journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/25631/16642>
- Fitri, A. (2015). DRAMATURGI: PENCITRAAN PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA SOSIAL TWITTER MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2014 Ainal Fitri. *Jurnal Interaksi*, 4(1), 101–108.
- Hanif Rahman dan Fal Harmonis. (2022). *Aktivitas Public Relations Politik dalam Pengelolaan Citra Prabowo sebagai Capres 2019*. 9(6), 356–363.

- Helaluddin. (2018). Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif [Getting Closer to the Phenomenological Approach: A Qualitative Research]. *Uin Maulana Malik Ibrahim Malang, March*, 1–15.
- Jauhari, M. (2021). *Cyber Public Relations: Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media Siber* (T. Nurdiana (ed.); Pertama). LP3DI Press & Kalimedia Jogjakarta.
- Krisnawati, E. (2020). Dramaturgical Analysis of Vlogger's Impression Management on Social Media. *Komunikator*, 12(1). <https://doi.org/10.18196/jkm.121035>
- Kusumawardani, V., & Cahyanto, B. (2023). Fenomena Buzzer dan Hoax Pada Sosial Media dalam Menentukan Pilihan Politik Bagi Gen-Z pada Pilpres 2024 dalam Perspektif Agenda Setting. *Universitas*, 2, 241–261.
- Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. . (2017). Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna*, VI(1), 1–46. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15493/15034>
- Mohamad Permana, R. S., & Rosfiantika, E. (2022). KAJIAN KOMUNIKATOR POLITIK INDONESIA PERIODE 2009-2014: ANALISIS KOMUNIKASI POLITIK SUSILO BAMBANG YUDHOYONO. *KABUYUTAN*, 1(1). <https://doi.org/10.61296/kabuyutan.v1i1.33>
- Muhammad Ferdian Giffari, Fizzy Andriani, Eni Kardi Wiyati, C. E. P. (2017). Peran Humas Dalam Keterbukaan Informasi Publik. *Website Resmi Pemerintah Kabupaten Buleleng*, 4(2), 119–131.
- Nimah, R. (2022). *Strategi Public Relations Dalam Menghadapi Krisis Perusahaan Sari Roti (Studi Kasus Maraknya Tagar # BoikotSariRoti di Media Sosial)*. June, 0–13. https://www.researchgate.net/publication/361361010_Strategi_Public_Relations_Dalam_Menghadapi_Krisis_Perusahaan_Sari_Roti_Studi_Kasus_Maraknya_Tagar_BoikotSariRoti_d_i_Media_Sosial
- Purbaningsih, I., Suryanto, S., & Matulessy, A. (2020). Dampak Psikososial Akibat Stigmatisasi pada Remaja Pelaku Pemerkosaan Studi Kasus di Lapas Kelas 2B Kabupaten Banyuwangi. *Psisula: Prosiding Berkala Psikologi*, 1. <https://doi.org/10.30659/psisula.v1i0.7695>
- Rahman, A. (2015). Kompetensi Komunikasi Calon SDM Public Relations. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(2).
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>
- Satvikadewi, A. A. . P., & Hamim. (2018). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi untuk Mempromosikan Potensi Lokal Wisata Pulau Bawean. *Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*.
- Shabiriani, U. N. (2021). DRAMATURGI DALAM IDENTITAS DAN CITRA INFLUENCER KADEER BACHDIM PADA AKUN INSTAGRAM D_KADOOR. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2). <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i2.236>
- Utomo, Y. W. T., & Ahmad, N. (2023). Analysis of PDIP and PKS digital public relations performance. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(2), 259–260. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Wacika, P. L. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam Menghadapi Virus Korona. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, 4(1). <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v4i1.99>

- Wahdaniah, I., & Maring, P. (2021). Dramaturgi Profesi Wartawan dalam Realita Kehidupan. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.45>
- Wijayanto, W., Martini, R., & Elsitra, G. N. (2022). Kajian Kritis Komunikasi Krisis: Belajar dari Kerumitan Komunikasi Pemerintah Menghadapi Pandemi Covid-19. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13(1), 149–166. <https://doi.org/10.14710/politika.13.1.2022.149-166>
- Wisnu Martha Adiputra, B. I. dan N. K. (n.d.). Arena Komunikasi Politik di Indonesia: Bagaimana Masyarakat Sipil Menggunakan Media Baru sebagai Komunikasi Politik. *Jurnal Komunikasi*, Volume 17,.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *JOURNAL OF SCIENTIFIC COMMUNICATION (JSC)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>