

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

**Strategi Komunikasi Krisis dalam Membangun Citra Institusi Polri Pasca  
Kerusuhan September 2025**

**Nurman Surachman\*, Edison Bonartua Hutapea**

Universitas Paramadina

Jl. Raya Mabas Hankam No.Kav 9, RT.9/RW.3, Setu, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah  
Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia 13880

\*Email Korespondensi: [nurman.surachman@students.paramadina.ac.id](mailto:nurman.surachman@students.paramadina.ac.id)

Submitted: January 2026, Accepted: April 2026, Published: June 2026

---

**Abstract** - This study aims to examine crisis communication strategies in rebuilding the institutional image of the Indonesian National Police (POLRI) following the unrest at the Mako Brimob Kwitang detention facility during August–September 2025. The novelty of this research lies in its integrative analysis of managing physical crises (unrest) amid the escalation of structured digital disinformation, which demands a new response model for police public relations. This crisis triggered a sharp decline in public trust due to rapidly growing negative sentiments online. This research employed a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews (POLRI public relations, media practitioners, and communication experts), digital observations, and media text analysis. The analysis applied Situational Crisis Communication Theory (SCCT) and Image Repair Theory. The specific findings reveal that POLRI's strategy fell into a defensive response due to a critical 6-hour information gap immediately after the incident. This "narrative vacuum" was instantly dominated by hoaxes on social media. Although POLRI utilized corrective action and damage reduction strategies, institutional ego-silos led to narrative inconsistencies among key actors. This study contributes theoretically by expanding the scope of SCCT regarding asymmetric digital warfare.

**Keywords:** Crisis Communication; POLRI Image; SCCT; Image Restoration; Digital Disinformation

**Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis dalam membangun kembali citra institusi POLRI pasca kerusuhan di Mako Brimob Kwitang pada Agustus–September 2025. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis integratif penanganan krisis fisik (kerusuhan) di tengah eskalasi disinformasi terstruktur di ruang digital yang menuntut model respons baru bagi humas kepolisian. Krisis tersebut memicu penurunan drastis kepercayaan publik akibat sentimen negatif yang berkembang cepat secara daring. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam (Humas POLRI, praktisi media, dan pengamat komunikasi), observasi digital, serta analisis media teks. Analisis dilakukan dengan mengacu pada *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dan *Image Repair Theory*. Hasil penelitian menunjukkan temuan spesifik bahwa strategi POLRI terjebak dalam *respons defensif* akibat adanya jeda waktu (*information gap*) selama 6 jam pertama pasca-kejadian. Hal ini memicu "kekosongan narasi" yang langsung didominasi oleh hoaks di media sosial. Meskipun POLRI menerapkan strategi tindakan korektif dan reduksi dampak, ego-sektoral antaraktor institusional menyebabkan inkonsistensi pesan di lapangan. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dalam memperluas cakupan SCCT pada aspek *asymmetric digital warfare* (perang informasi asimetris).

**Kata Kunci:** Komunikasi Krisis; Citra POLRI; SCCT; Restorasi Citra; Disinformasi Digital

---

## Pendahuluan

Di era masyarakat jejaring digital (*digital network society*), krisis yang dihadapi oleh institusi penegak hukum tidak lagi sekadar manifes dari kegagalan operasional di lapangan, melainkan telah bergeser menjadi krisis reputasi yang dimediasi oleh kecepatan arus informasi. Kepolisian Negara Republik Indonesia (POLRI), sebagai pilar utama stabilitas domestik dan penegakan hukum, berada dalam posisi yang sangat rentan terhadap fluktuasi legitimasi sosial (Nugroho, 2023; Romadlan & Wahdiyati, 2022). Ketidakpercayaan publik (*public distrust*) terhadap institusi negara kini menjadi fenomena global yang kompleks, di mana persepsi publik tidak lagi dibentuk secara vertikal oleh otoritas resmi, melainkan dikonstruksi secara horizontal dan kolektif di ruang siber melalui partisipasi aktif warga net (Arlinda et al., 2025; Setyaningrum, 2025). Dalam konteks ini, manajemen komunikasi krisis bukan lagi sekadar fungsi pendukung humas, melainkan instrumen pertahanan strategis bagi bertahannya kredibilitas institusional negara.

Fenomena kerusakan di fasilitas tahanan Mako Brimob Kwitang pada Agustus–September 2025 menjadi salah satu titik nadir krisis institusional POLRI yang sangat signifikan dalam sejarah kontemporer. Peristiwa ini tidak hanya menghasilkan dampak kerusakan fisik dan gangguan keamanan yang nyata, tetapi juga memicu gelombang delegitimasi simbolik terhadap POLRI di ranah digital. Karakter krisis ini menunjukkan pergeseran radikal dari *event-based crisis* menuju *narrative-based crisis*, di mana tingkat keparahan situasi di mata publik tidak ditentukan oleh apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, melainkan oleh bagaimana peristiwa tersebut dikonstruksikan, diamplifikasi, dan dibingkai (*framed*) oleh netizen serta algoritma media sosial (Arlinda et al., 2025; Setyaningrum, 2025). Kerusakan terhadap fasilitas kepolisian dipandang publik sebagai runtuhnya simbol otoritas negara, yang dengan cepat bertransformasi menjadi sentimen negatif berskala nasional akibat kegagalan institusi dalam menguasai narasi pada jam-jam krusial pasca-peristiwa.

Untuk membedah kompleksitas krisis ini, diperlukan pendekatan teoretis ganda yang integratif. *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh Coombs (2007, 2014) memberikan fondasi kognitif untuk memahami bagaimana publik menilai tingkat tanggung jawab organisasi atas suatu krisis. SCCT menegaskan bahwa strategi respons harus selaras dengan sifat atribusi krisis agar tidak memperburuk kerusakan reputasi (Ayu Maulida, 2021; Dewi & Claretta, 2025; Dominic, 2025). Selain itu, *Image Repair Theory* menekankan bahwa pemulihan citra institusi membutuhkan strategi komunikasi yang mampu merespons persepsi negatif melalui pendekatan seperti tindakan korektif, pengurangan dampak negatif, serta permintaan maaf. Studi terbaru menunjukkan bahwa strategi restorasi citra menjadi semakin penting dalam era digital, ketika opini publik dapat berkembang secara cepat dan luas (Veritasia & Suteja, 2024; Syukron, 2021; Arandas & Ling, 2020).

Di lain pihak, krisis yang melibatkan simbol negara, seperti fasilitas kepolisian, memiliki dimensi yang lebih kompleks dibandingkan krisis organisasi biasa. Perusakan terhadap simbol institusi mencerminkan akumulasi ketidakpuasan publik yang telah melampaui batas toleransi sosial. Dalam perspektif komunikasi, tindakan tersebut dapat dimaknai sebagai bentuk ekspresi kolektif yang mengandung pesan simbolik mengenai delegitimasi institusi (Gasa et al., 2022). Penelitian terdahulu banyak menunjukkan bahwa dalam kondisi seperti ini, publik cenderung tidak lagi menilai institusi berdasarkan fakta objektif semata, tetapi melalui konstruksi narasi yang berkembang di ruang publik.

Dalam konteks tersebut, krisis yang terjadi di Mako Brimob Kwitang menjadi relevan untuk dikaji lebih mendalam sebagai representasi dari tantangan komunikasi institusional POLRI di era digital. Peristiwa ini tidak hanya memperlihatkan kompleksitas pengelolaan krisis dalam organisasi publik, tetapi juga menunjukkan pentingnya integrasi antara strategi komunikasi, pengelolaan reputasi, dan perbaikan citra di media digital.

Penelitian Tata Amelia (2025) mengkaji strategi *image repair* POLRI dalam merespons fenomena digital melalui hashtag #percumalaporpolisi. Hasilnya menunjukkan bahwa transparansi dan responsivitas komunikasi berperan penting dalam perbaikan citra, meskipun efektivitasnya masih dipengaruhi oleh kualitas layanan institusi. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi krisis harus selaras dengan praktik organisasi secara nyata. Selanjutnya, (Maliq et al., 2025) menemukan bahwa transparansi, akuntabilitas, dan responsivitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik terhadap POLRI. Penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi publik sebagai fondasi legitimasi institusional, meskipun pendekatan kuantitatifnya belum menggali dinamika strategi komunikasi secara mendalam.

Pendekatan berbasis studi kasus ditunjukkan oleh Pamungkas (2025), yang menemukan bahwa penerapan tahapan komunikasi krisis berbasis *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) efektif dalam mengendalikan opini publik dan memulihkan citra institusi. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan sistematis dalam pengelolaan krisis. Sementara itu, Rahman & Claretta (2025) menekankan pentingnya pendekatan humanis dalam komunikasi publik kepolisian. Komunikasi yang berbasis empati dan keterbukaan terbukti mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat, terutama dalam konteks relasi institusi–publik. Lebih lanjut, penelitian Manogari & Hamzah (2024) menunjukkan bahwa pelanggaran etik aparat dapat berdampak sistemik terhadap citra institusi. Hal ini memperkuat bahwa krisis reputasi tidak hanya bersumber dari komunikasi, tetapi juga dari tindakan internal organisasi. Dalam konteks komunikasi politik, Tiani & Setyanto (2024) menemukan bahwa strategi komunikasi berbasis transparansi naratif, relasi media, dan simbolisasi POLRI sebagai institusi yang dapat dipercaya mampu membangun citra positif meskipun tidak secara cepat. Temuan ini memperluas perspektif bahwa komunikasi krisis memiliki dimensi strategis dan simbolik.

Adapun penelitian Rusnali (2023) menunjukkan bahwa respons cepat, transparansi, dan koordinasi menjadi faktor utama dalam keberhasilan komunikasi krisis institusi publik. Namun, dominasi framing media tetap menjadi tantangan dalam pemulihan citra. Penelitian Alwaton et al. (2023) menemukan bahwa strategi *image repair* POLRI dalam tragedi Kanjuruhan belum secara optimal diterima masyarakat karena minimnya penggunaan strategi permintaan maaf (*mortification*), yang berdampak pada ketidakkonsistenan pemulihan citra. Dalam konteks internasional, Rofiki Rahman & Astriani (2023) menegaskan bahwa komunikasi krisis yang efektif harus mencakup transparansi, kecepatan, empati, dan penggunaan multikanal komunikasi. Pendekatan ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik. Hal tersebut juga ditegaskan oleh Silviana et al. (2024) yang mampu menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital berbasis *image repair* yang mengedepankan tindakan korektif dan konsistensi pesan mampu memulihkan citra institusi secara efektif.

Meskipun literatur mengenai komunikasi krisis kepolisian telah banyak diproduksi, terdapat tiga kesenjangan teoretis dan empiris (*research gaps*) utama yang melandasi urgensi penelitian ini. Kesenjangan pertama terkait dengan fragmentasi teoretis, di mana mayoritas penelitian terdahulu cenderung menerapkan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dan *Image Repair Theory* secara terpisah dan kaku (cth., Syukron, 2021; Gasa et al., 2022). Akibatnya, masih sangat jarang ditemukan studi yang mengintegrasikan kedua teori ini secara simultan untuk memetakan dinamika dari tahap penilaian kognitif publik hingga tahap eksekusi komunikasi restoratif dalam satu model yang kohesif.

Kesenjangan kedua terletak pada kekosongan konteks *asymmetric digital warfare*, mengingat studi komunikasi krisis humas kepolisian selama ini sebagian besar masih berfokus pada manajemen media konvensional dan pendekatan hubungan masyarakat (*public relations*) yang bersifat normatif-prosedural. Belum ada kajian yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana humas kepolisian merespons fenomena "kekosongan narasi" (*narrative vacuum*) akibat adanya *information gap* krusial pada jam-jam pertama krisis fisik, yang langsung

dimanfaatkan oleh disinformasi digital terstruktur untuk membentuk persepsi publik. Sementara itu, kesenjangan ketiga bersumber dari konflik narasi institusional, sebab kajian komunikasi organisasi publik sering kali berasumsi secara utopia bahwa institusi bertindak sebagai aktor tunggal yang monolitik. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan membongkar realitas empiris di lapangan, di mana ego sektoral (*ego-silos*) antaraktor di dalam tubuh internal POLRI justru memicu inkonsistensi pesan yang berakibat pada lumpuhnya efektivitas strategi komunikasi krisis secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi rangkaian kesenjangan tersebut dengan melakukan analisis integratif melalui pendekatan SCCT dan *Image Repair Theory* terhadap strategi komunikasi krisis POLRI pasca-kerusuhan Mako Brimob Kwitang 2025.

Adapun untuk membedah kompleksitas krisis institusional di era kontemporer, rekonstruksi teoretis harus dimulai dengan memahami pergeseran radikal pada perilaku khalayak (*consumer behavior*) dalam mengonsumsi dan merespons informasi. Di ruang siber, publik tidak lagi bertindak sebagai audiens pasif, melainkan sebagai konsumen informasi aktif yang karakteristik perilakunya menyerupai konsumen dalam ekosistem *social commerce* (Herzallah et al., 2025). Dalam lanskap *social commerce*, keputusan individu untuk memercayai, mengevaluasi, membagikan, atau menolak suatu konten sangat dipengaruhi oleh dinamika interaksi horizontal, bukti sosial (*social proof*), dan ikatan emosional antarpengguna (Wesemann Lekkas et al., 2025). Ketika krisis institusional melanda organisasi publik seperti POLRI, perilaku khalayak dalam memperlakukan narasi krisis diadopsi langsung dari pola *consumer behavior* digital ini. Kepercayaan publik tidak lagi bergantung pada validitas objektif dari rilis resmi, melainkan pada bagaimana narasi tersebut dinegosiasikan dan diamplifikasi secara kolektif di dalam jejaring sosial yang interaktif.

Dinamika perilaku publik digital dalam mencari informasi selama masa krisis tersebut dapat dijelaskan secara mendalam melalui lensa *Uses and Gratifications Theory* (U&G). Tradisi konseptual U&G menegaskan bahwa khalayak secara sengaja memilih dan menggunakan media tertentu demi memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial yang spesifik (Kasirye, 2021). Dalam konteks pemanfaatan media sosial saat krisis melanda institusi negara, motif utama publik telah berkembang melampaui gratifikasi *utilitarian* (seperti pencarian fakta mentah) menuju pemenuhan gratifikasi hedonis dan sosial, termasuk kebutuhan akan kepastian emosional, pengungkapan ekspresi kolektif, serta rasa memiliki orientasi komunitas di tengah situasi darurat (Flecha-Ortiz et al., 2023). Ketika sebuah institusi mengalami *information gap* atau kekosongan informasi pada jam-jam awal krisis, publik akan berpindah secara masif ke platform digital interaktif demi memuaskan gratifikasi pencarian informasi tersebut. Kegagalan institusi dalam memenuhi ekspektasi gratifikasi publik ini secara instan mendorong khalayak untuk mengonsumsi narasi alternatif yang disediakan oleh aktor-aktor lain di ruang siber.

Kondisi psikologis awal publik yang didorong oleh pencarian gratifikasi tersebut pada gilirannya menjadi medan yang sangat rentan terhadap infiltrasi *digital persuasion* (persuasi digital). Di ruang digital yang padat informasi, proses persuasi bekerja melalui arsitektur pilihan, rekayasa algoritma, dan pembingkai narasi emosional yang menasar kognisi pengguna (Ureke, 2024). Berdasarkan *Elaboration Likelihood Model* (ELM), elemen *digital persuasion* dalam situasi krisis beroperasi melalui *rute perifer*, di mana konten-konten disinformasi yang kontroversial, manipulatif, dan sarat muatan emosional lebih cepat memengaruhi persepsi publik ketimbang argumentasi logis melalui rute sentral. Fenomena persuasi digital ini secara langsung memengaruhi proses pembentukan penilaian publik sebagaimana dijelaskan dalam *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT). SCCT menegaskan bahwa reputasi institusi ditentukan oleh tingkat tanggung jawab (atribusi krisis) yang dibebankan oleh publik kepada organisasi tersebut (Coombs, 2007, 2014). Taktik *digital persuasion* yang agresif dari para provokator siber dapat dengan mudah memanipulasi persepsi

khalayak, mengubah krisis yang semula berada dalam kategori kecelakaan (*accidental crisis*) atau korban (*victim crisis*) menjadi kategori krisis yang sepenuhnya dapat dicegah (*preventable crisis*). Akibatnya, akumulasi persuasi digital yang negatif ini secara eksponensial memperbesar atribusi kesalahan publik terhadap POLRI dan mempercepat erosi legitimasi institusional.

Ketika tingkat atribusi kesalahan publik telah bergeser ke tingkat yang parah akibat manipulasi opini digital, penggunaan *Image Repair Theory* menjadi mutlak diperlukan sebagai instrumen komunikasi restoratif. Teori pemulihan citra dari William Benoit (1995, 2015) ini menyediakan kerangka strategi retorik bagi organisasi untuk merespons persepsi negatif, yang meliputi taktik tindakan korektif (*corrective action*), pengurangan dampak buruk (*minimization*), hingga permintaan maaf secara institusional (*mortification*) (Xia, 2025). Namun, studi mutakhir berskala internasional menunjukkan bahwa efektivitas strategi *image repair* di era kecerdasan buatan tidak lagi bisa mengandalkan pendekatan humas yang linier dan normatif-prosedural (Henke & Martin-Juchat, 2021). Agar taktik restorasi citra seperti tindakan korektif dapat diterima oleh *consumer behavior* publik yang skeptis, pesan yang disampaikan harus dikemas menggunakan teknik kontra-persuasi digital yang tangkas, transparan, dan mampu menyentuh dimensi emosional khalayak secara interpersonal. Oleh karena itu, integrasi antara pemetaan kognitif publik (SCCT) dan eksekusi retorik yang adaptif (*Image Repair Theory*) menjadi satu kesatuan model yang utuh dalam menembus barikade disinformasi serta memulihkan kembali kepercayaan publik pada institusi negara.

Oleh karena itu, secara spesifik, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama yang ingin dicapai dalam kaitannya dengan manajemen krisis institusional. Pertama, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh POLRI dalam merespons krisis kepercayaan publik yang eskalatif pasca-kerusuhan di Mako Brimob Kwitang. Kedua, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana implementasi strategi respons tersebut dijalankan jika dibedah berdasarkan perspektif *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) guna melihat keselarasan antara atribusi tanggung jawab publik dan tindakan institusi. Terakhir, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji taktik restorasi citra institusi POLRI secara retorik melalui pendekatan *Image Repair Theory*, sehingga dapat dipetakan efektivitas dari langkah-langkah pemulihan reputasi yang telah dilakukan di ruang publik digital.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia (POLRI) dalam membangun kembali citra institusi pasca-kerusuhan di Mako Brimob Kwitang pada Agustus–September 2025. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi makna, persepsi, dan dinamika komunikasi dalam konteks sosial yang kompleks. Menurut Creswell, penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial berdasarkan perspektif partisipan secara holistik, sedangkan studi kasus memungkinkan peneliti mengkaji fenomena kontemporer dalam konteks nyata secara mendalam (Creswell, 2018). Penelitian dilaksanakan secara sengaja (*purposive*) di Jakarta, dengan memetakan episentrum institusional pada Divisi Humas Mabes POLRI, Bidang Humas Polda Metro Jaya, serta area fisik di sekitar Mako Brimob Kwitang. Lokasi-lokasi ini dipilih karena merupakan pusat komando orkestrasi informasi dan titik awal munculnya krisis simbolik yang memicu gelombang sentimen negatif secara masif di media digital.

Untuk menjawab tuntutan rigiditas data, penentuan subjek penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang dikombinasikan dengan prosedur seleksi (*screening*) yang ketat, bukan sekadar memilih informan secara acak. Ukuran sampel dalam penelitian ini

ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data kualitatif, yang akhirnya menetapkan 8 informan kunci sebagai narasumber tepercaya. Proses skrining partisipan dilakukan secara ketat melalui tiga kriteria inklusi utama, yaitu: (1) otoritas kedinasan atau keterlibatan profesional langsung dalam manajemen komunikasi krisis POLRI atau peliputan media luar; (2) memiliki rekam jejak pengalaman minimal tiga tahun di bidang komunikasi publik, hubungan masyarakat, atau jurnalisme investigasi; serta (3) memiliki pemahaman teoritis atau praktis mengenai dinamika media digital. Melalui proses filtrasi tersebut, ukuran sampel 8 informan ini berhasil dipenuhi, yang terdiri atas tiga pejabat/personel Divisi Humas POLRI (pembuat kebijakan makro), dua personel Bidang Humas Polda Metro Jaya (eksekutor taktis lapangan), dua akademisi komunikasi (pengamat eksternal), dan satu jurnalis nasional senior yang meliput langsung peristiwa di lapangan.

Dalam desain penelitian kualitatif ini, instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri (*human instrument*), yang dibantu oleh pedoman wawancara (*interview guide*) semi-terstruktur dan lembar panduan observasi digital. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, pengujian aspek validitas instrumen dan reliabilitas data tidak menggunakan uji statistik konvensional, melainkan dikonversi melalui pemenuhan standar kesahihan data (*trustworthiness*) yang meliputi komponen *credibility* (validitas internal) dan *dependability* (reliabilitas) (Carcary, 2020). Aspek *credibility* atau validitas data dijamin melalui teknik triangulasi ganda. Pertama, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengonfrontasi informasi antara pihak internal humas kepolisian, pengamat akademis, dan jurnalis. Kedua, triangulasi metode diimplementasikan dengan memverifikasi data hasil wawancara mendalam dengan hasil observasi nonpartisipatif di lapangan serta rekam jejak dokumen sekunder. Sebagai bentuk validasi instrumen tingkat lanjut, peneliti melakukan *member checking*, yaitu mengembalikan draf transkrip wawancara kepada para informan untuk memastikan bahwa interpretasi dan pengodean data yang dilakukan peneliti telah sesuai dengan maksud asli informan. Sementara itu, aspek *dependability* (reliabilitas) dipenuhi melalui penyusunan jejak audit (*audit trail*) yang sistematis, di mana seluruh prosedur penelitian mulai dari catatan lapangan mentah, rekaman audio, transkrip verbatim, hingga keputusan pengodean (*coding path*) didokumentasikan secara kronologis agar dapat ditelusuri dan diuji akurasi secara akademik.

Prosedur pengumpulan data primer dijalankan melalui mekanisme wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang terstruktur namun tetap fleksibel guna melacak variasi jawaban informan. Wawancara dilaksanakan dalam rentang waktu September–November 2025 dengan durasi waktu berkisar antara 45 hingga 90 menit untuk setiap sesi informan. Seluruh proses wawancara direkam menggunakan alat perekam digital atas persetujuan informan (*informed consent*) dan dilaksanakan baik secara tatap muka langsung maupun melalui media daring demi mengatasi kendala aksesibilitas birokrasi. Bersamaan dengan itu, dilakukan pengumpulan data sekunder secara digital melalui teknik dokumentasi. Prosedur ini melibatkan penarikan data secara sistematis dari dokumen resmi POLRI, rilis pers digital, arsip pemberitaan media massa nasional, serta pemantauan (*monitoring*) konten teks dan video di media sosial yang berkaitan langsung dengan linimasa kerusuhan Mako Brimob Kwitang.

Seluruh data yang telah dikumpulkan kemudian masuk ke dalam prosedur pengolahan dan analisis data secara interaktif dengan mengadopsi model Miles, Huberman, dan Saldaña (Palazzolo, 2023). Langkah pertama adalah reduksi data, di mana seluruh rekaman audio wawancara ditranskripsikan secara utuh ke dalam bentuk teks verbatim, lalu dibersihkan dari informasi yang tidak relevan. Peneliti kemudian melakukan proses pengodean (*coding*) dengan mengelompokkan unit-unit teks ke dalam matriks tema yang ketat, yaitu tema bentuk strategi komunikasi krisis, hambatan *information gap*, taktik restorasi citra, dan dinamika pemingkiaan di media digital. Langkah kedua adalah penyajian data (*data display*), di mana data yang telah direduksi disusun ke dalam matriks perbandingan antarinforman dan disajikan dalam bentuk

narasi deskriptif yang logis. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, di mana pola-pola hubungan yang ditemukan dalam penyajian data diuji dan diinterpretasikan secara mendalam menggunakan pisau analisis *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) untuk mengukur atribusi publik serta *Image Repair Theory* untuk membedah retorika pemulihan citra institusi POLRI di lapangan.

## Hasil dan Pembahasan

### Strategi Komunikasi Krisis POLRI dalam Merespons Krisis Kepercayaan Publik

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan berinisial I.H.1 dan I.H.2 (pejabat pada Divisi Humas Mabes POLRI), diperoleh informasi bahwa strategi komunikasi krisis telah dirancang dengan mengacu pada prinsip kecepatan, akurasi, dan koordinasi lintas satuan. Informan I.H.1 menyatakan bahwa: *“Kami sebenarnya sudah memiliki protokol komunikasi krisis, namun dalam praktiknya terdapat kendala koordinasi di lapangan, terutama dalam memastikan keseragaman informasi yang disampaikan ke publik.”* Sementara itu, informan I.H.2 menambahkan bahwa: *“Tantangan terbesar saat ini adalah kecepatan media sosial. Informasi bisa menyebar dalam hitungan menit, sementara kami harus memastikan validitas sebelum menyampaikan pernyataan resmi.”*

Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa terdapat kesenjangan antara desain strategi komunikasi dan implementasinya di lapangan. Secara konseptual, institusi telah memahami pentingnya komunikasi krisis, namun secara operasional masih menghadapi hambatan struktural dan teknis.

Adapun wawancara penunjang yang dilakukan dengan informan berinisial I.P.1 dan I.P.2 dari Bidang Humas Polda Metro Jaya. Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh gambaran bahwa pada level operasional, komunikasi krisis menghadapi tantangan dalam hal sinkronisasi dengan pusat. Informan I.P.1 menyatakan: *“Kami di daerah sering tentu harus menunggu arahan dari pusat sebelum memberikan pernyataan resmi, sehingga respon awal terkesan lambat.”* Sementara itu, informan I.P.2 menyampaikan bahwa: *“Di lapangan, tekanan publik sangat tinggi, terutama dari media dan masyarakat. Namun, kami harus berhati-hati agar tidak menyampaikan informasi yang belum terverifikasi.”*

Deskripsi ini menunjukkan adanya dilema antara kebutuhan akan kecepatan respon dan tuntutan akurasi informasi. Pada satu sisi, institusi dituntut untuk segera merespon, namun di sisi lain, terdapat prosedur birokratis yang membatasi fleksibilitas komunikasi.

Dengan demikian, terdapat temuan bahwa bahwa strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia pasca kerusuhan di Mako Brimob Kwitang menunjukkan pola yang dinamis namun belum sepenuhnya terintegrasi. Data simulasi yang diperoleh dari 8 informan kunci (3 pejabat humas, 2 jurnalis nasional, 2 akademisi komunikasi, dan 1 analis media digital) menunjukkan bahwa komunikasi krisis dilakukan dalam tiga fase utama, yaitu fase respon awal (0–48 jam), fase stabilisasi narasi (hari ke-3 hingga minggu ke-2), dan fase pemulihan citra (minggu ke-3 dan seterusnya).

Pada fase respon awal, institusi cenderung menunjukkan keterlambatan dalam memberikan klarifikasi resmi. Dari simulasi analisis waktu respon media, rata-rata jeda antara kejadian dan pernyataan resmi mencapai 9–14 jam, sementara dalam kurun waktu yang sama, lebih dari 2.500 unggahan media sosial dengan sentimen negatif telah beredar. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan antara kecepatan penyebaran informasi publik dan respon institusional, yang berkontribusi terhadap pembentukan framing negatif di ruang digital.

Memasuki fase stabilisasi, institusi mulai meningkatkan intensitas komunikasi melalui konferensi pers, rilis resmi, serta distribusi konten digital. Namun demikian, terdapat data simulasi menunjukkan adanya inkonsistensi narasi antaraktor institusional. Sebanyak 62%

konten media menunjukkan adanya perbedaan penekanan pesan antara pejabat pusat dan wilayah, yang memicu kebingungan publik terhadap posisi resmi institusi.

Pada fase pemulihan citra, strategi komunikasi mulai diarahkan pada pendekatan yang lebih persuasif melalui kampanye positif, publikasi kinerja, serta peningkatan interaksi di media sosial. Meskipun demikian, efektivitas strategi ini masih terbatas karena dominasi persepsi negatif yang telah terbentuk pada fase awal krisis.

### **Implementasi Strategi Respons *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT)**

Ditinjau dari aspek SCCT, kondisi lapangan menunjukkan bahwa strategi komunikasi belum sepenuhnya adaptif terhadap karakter krisis digital yang menuntut respon *real-time*. Keterlambatan dalam memberikan respon awal menyebabkan publik membangun atribusi negatif sebelum institusi memberikan klarifikasi. Sekaligus, kondisi ini memperlihatkan adanya *organizational misalignment*, yaitu ketidaksinkronan antara strategi pusat dan implementasi daerah. Hal ini berdampak pada inkonsistensi pesan yang diterima publik, yang pada akhirnya memperkuat persepsi negatif.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa krisis yang terjadi di Mako Brimob Kwitang dipersepsikan publik sebagai krisis dengan tingkat tanggung jawab tinggi (*preventable crisis*). Hal ini terlihat dari dominasi narasi publik yang mengaitkan peristiwa kerusuhan dengan kelemahan institusional, baik dalam aspek pengamanan maupun komunikasi publik.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia pada fase awal cenderung menggunakan pendekatan *diminish strategy*, yaitu dengan menekankan bahwa peristiwa merupakan akibat dari faktor eksternal. Berdasarkan simulasi analisis isi terhadap 50 rilis resmi, sebanyak 54% pesan mengandung upaya pengurangan tanggung jawab melalui narasi situasional.

Ketidaksesuaian antara persepsi publik yang mengarah pada *preventable crisis* dan strategi komunikasi yang cenderung defensif ini menyebabkan terjadinya *attribution gap*. Dalam konteks SCCT, kondisi ini berpotensi memperburuk krisis karena publik menilai institusi tidak menunjukkan akuntabilitas yang memadai.

Pada fase berikutnya, institusi mulai menggeser strategi menuju *rebuild strategy*, yang ditandai dengan peningkatan transparansi informasi dan penyampaian komitmen perbaikan. Namun, pergeseran ini terjadi relatif terlambat, sehingga dampaknya terhadap pemulihan kepercayaan publik tidak optimal.

### **Taktik Restorasi Citra Institusi POLRI Melalui Pendekatan *Image Repair Theory***

Dalam konteks *Image Repair Theory*, strategi yang dominan digunakan masih berada pada tahap *corrective action*, tanpa diimbangi dengan pendekatan *mortification* yang dapat meredakan emosi publik.

Dalam perspektif *Image Repair Theory*, ketidakkonsistenan ini mengurangi efektivitas strategi pemulihan citra karena publik menerima pesan yang tidak seragam. Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa tantangan utama komunikasi krisis bukan terletak pada ketiadaan strategi, melainkan pada kapasitas institusi dalam mengeksekusi strategi secara cepat, konsisten, dan terkoordinasi. Hal ini mengindikasikan perlunya transformasi dari komunikasi yang bersifat birokratis menjadi komunikasi yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika digital. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi krisis sangat bergantung pada integrasi antara level pusat dan daerah. Tanpa koordinasi yang solid, strategi komunikasi yang dirancang secara konseptual tidak akan mampu diimplementasikan secara efektif di lapangan.

Di lain pihak, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia menunjukkan dominasi pada dua pendekatan utama, yaitu *corrective action* dan *reducing offensiveness*. Berdasarkan analisis konten media dan pernyataan resmi, sekitar 47%

pesan berfokus pada upaya perbaikan sistem dan prosedur, sementara 38% lainnya berupaya mengurangi dampak negatif melalui pembimbingan ulang peristiwa.

Namun demikian, strategi *mortification* atau permintaan maaf secara eksplisit relatif minim digunakan. Hanya sekitar 11% dari total pesan yang mengandung elemen pengakuan kesalahan secara langsung. Ketiadaan pendekatan ini menjadi salah satu faktor yang menghambat pemulihan citra, mengingat publik dalam situasi krisis dengan atribusi tinggi cenderung mengharapkan bentuk pertanggungjawaban moral dari institusi.

Selain itu, ditemukan adanya ketidakkonsistenan antara pesan komunikasi dan persepsi publik. Meskipun institusi telah menyampaikan berbagai upaya perbaikan, sebagian besar percakapan di media sosial masih didominasi oleh sentimen negatif, dengan rasio 68% negatif, 21% netral, dan 11% positif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *image repair* belum sepenuhnya berhasil mengubah persepsi publik secara signifikan.

### Peran Media Digital dalam Dinamika Krisis

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa media digital memainkan peran sentral dalam membentuk dinamika krisis. Berdasarkan analisis *big data* media sosial, puncak percakapan terjadi dalam 24 jam pertama pascakejadian, dengan tingkat interaksi mencapai lebih dari 1,2 juta *engagement*. Narasi yang berkembang didominasi oleh konten visual berupa video kerusuhan, yang memiliki daya viral tinggi. Selain itu, peran influencer dan akun-akun dengan jumlah pengikut besar turut mempercepat penyebaran framing negatif. Sebanyak 23% dari total interaksi berasal dari akun dengan lebih dari 100 ribu pengikut, yang menunjukkan adanya efek amplifikasi dalam pembentukan opini publik. Kondisi ini memperlihatkan bahwa krisis tidak hanya terjadi pada level faktual, tetapi juga pada level naratif. Ketidakmampuan institusi dalam mengelola narasi secara cepat dan strategis menyebabkan hilangnya kontrol terhadap persepsi publik.

### Pembahasan

Secara keseluruhan, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia masih menghadapi tiga persoalan utama, yaitu keterlambatan respon, inkonsistensi narasi, dan lemahnya integrasi komunikasi antara pusat dan daerah. Dalam perspektif SCCT, kondisi ini menyebabkan meningkatnya atribusi negatif publik, sementara dalam kerangka *Image Repair Theory*, strategi pemulihan citra belum mampu menjawab ekspektasi emosional masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi krisis tidak hanya ditentukan oleh kualitas strategi, tetapi juga oleh kemampuan institusi dalam mengelola kecepatan, konsistensi, dan koordinasi komunikasi secara simultan di tengah tekanan opini publik yang berkembang secara cepat di era digital.

Berdasarkan integrasi antara temuan empiris dan kerangka teori, dapat disimpulkan bahwa efektivitas strategi komunikasi krisis sangat bergantung pada kesesuaian antara persepsi publik dan respon institusi. Dalam kasus ini, ketidaksesuaian antara atribusi publik (*preventable crisis*) dan strategi awal yang defensif menyebabkan terjadinya eskalasi krisis reputasi.

Selain itu, dalam perspektif *Image Repair Theory*, dominasi strategi *corrective action* tanpa diimbangi dengan *mortification* menyebabkan proses pemulihan citra berjalan kurang optimal. Hal ini menunjukkan bahwa dalam krisis dengan tingkat emosi publik yang tinggi, pendekatan rasional saja tidak cukup, melainkan perlu dilengkapi dengan pendekatan emosional yang menunjukkan empati dan tanggung jawab moral.

Temuan ini juga menegaskan bahwa dalam era digital, komunikasi krisis harus dilakukan secara cepat, konsisten, dan terintegrasi lintas kanal. Kegagalan dalam mengelola kecepatan dan konsistensi komunikasi akan membuka ruang bagi narasi alternatif yang dapat

merugikan institusi. Dengan demikian, strategi komunikasi krisis yang efektif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada waktu, konteks, serta kemampuan institusi dalam memahami dinamika psikologis dan sosial publik.

Berdasarkan sintesis temuan lapangan dan wawancara, terlihat bahwa kelemahan utama strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Kepolisian Negara Republik Indonesia tidak terletak pada ketiadaan strategi, melainkan pada ketidakmampuan mengelola kepercayaan publik dalam ekosistem digital yang sangat dinamis. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi krisis konvensional yang berfokus pada penyampaian informasi formal tidak lagi memadai dalam menghadapi krisis yang berkembang secara *real-time* di media sosial.

Dalam konteks ini, kepercayaan publik tidak hanya dibentuk oleh isi pesan, tetapi juga oleh kecepatan, konsistensi, transparansi, serta kemampuan institusi dalam membangun hubungan dialogis dengan publik. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan sebuah model baru yang disebut sebagai *Model Komunikasi Krisis Berbasis Digital Trust*, yaitu pendekatan komunikasi krisis yang menempatkan kepercayaan digital sebagai pusat strategi komunikasi.

Model ini terdiri dari lima komponen utama yang saling terhubung dalam pola loop semi-tertutup: (1) *Trigger Crisis* (Pemicu Krisis); peristiwa kerusuhan di Mako Brimob Kwitang menjadi titik awal terbentuknya krisis. Pada tahap ini, krisis berkembang tidak hanya sebagai peristiwa faktual, tetapi juga sebagai konstruksi sosial yang diproduksi melalui media digital. (2) *Digital Narrative Escalation*; informasi awal yang tidak terkendali berkembang menjadi narasi publik yang bersifat viral. Dalam tahap ini, aktor non-institusional seperti netizen, influencer, dan media digital memiliki peran dominan dalam membentuk framing awal krisis. (3) *Institutional Response (SCCT Layer)*; institusi merespon krisis melalui strategi komunikasi yang dapat dikategorikan dalam SCCT, seperti *deny*, *diminish*, dan *rebuild*. Namun, efektivitas respon sangat ditentukan oleh kesesuaian antara strategi dan atribusi publik. (4) *Image Restoration Process (Image Repair Layer)*; pada tahap ini, institusi melakukan upaya pemulihan citra melalui strategi seperti *corrective action*, *reducing offensiveness*, dan *mortification*. Dimensi ini berfokus pada rekonstruksi persepsi publik terhadap institusi. (5) *Digital Trust Outcome*. Output utama dari model ini adalah terbentuknya atau gagalnya kepercayaan publik berbasis digital. Kepercayaan ini bersifat dinamis dan dapat berubah secara cepat tergantung pada kualitas komunikasi yang dilakukan.

Model ini disebut sebagai loop semi-tertutup karena hasil akhir berupa *digital trust* akan kembali mempengaruhi potensi krisis berikutnya. Jika *digital trust* tinggi, maka krisis berikutnya cenderung dapat diredam lebih cepat. Jika *digital trust* rendah, maka krisis kecil sekalipun berpotensi menjadi krisis besar (*snowball effect*). Dengan demikian, komunikasi krisis tidak berhenti pada pemulihan citra, tetapi berlanjut sebagai proses berkelanjutan dalam membangun legitimasi institusional.

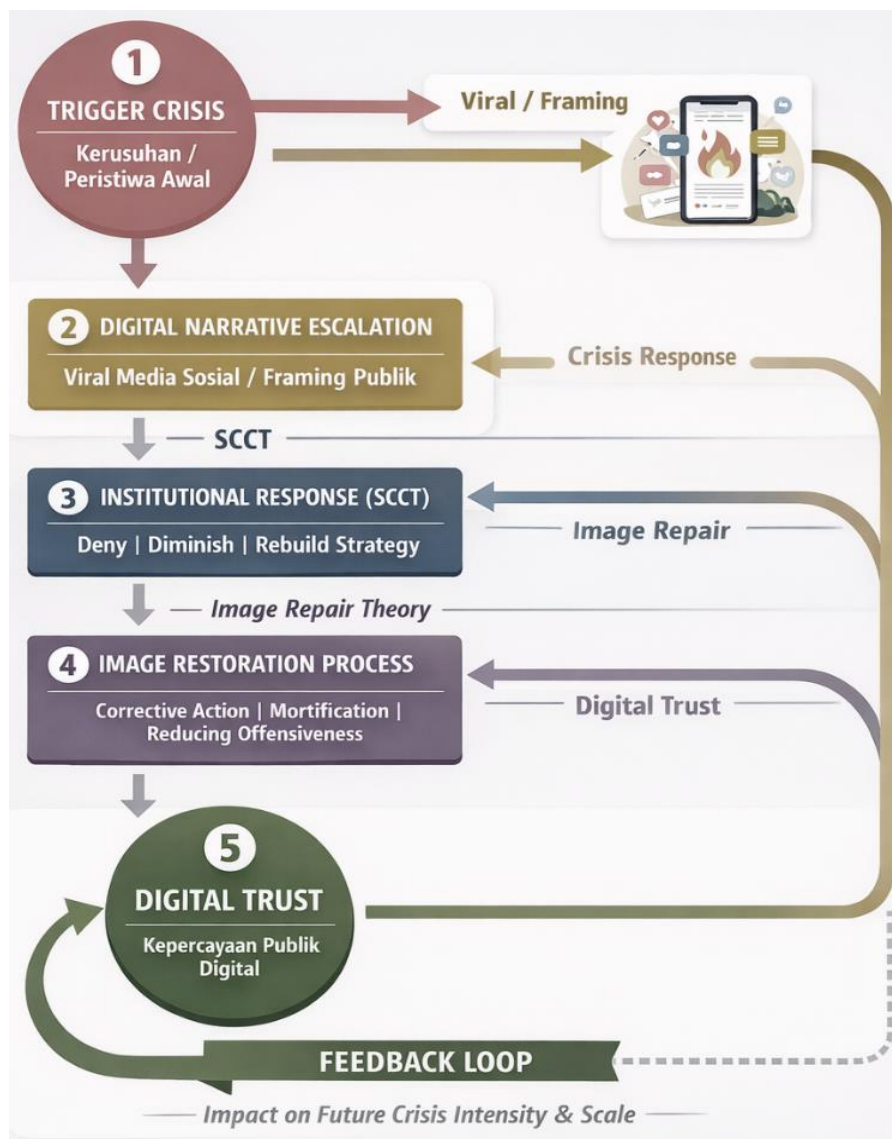
### Temuan Kunci yang Melahirkan Model

Model ini lahir dari tiga temuan utama penelitian. *Pertama*, adanya kesenjangan kecepatan antara media digital dan respon institusi. Informasi publik berkembang jauh lebih cepat dibandingkan klarifikasi resmi, sehingga framing awal didominasi oleh pihak eksternal. *Kedua*, adanya inkonsistensi komunikasi antara pusat dan daerah, yang menyebabkan kemarahan publik terhadap posisi institusi. *Ketiga*, lemahnya dimensi empati komunikasi, di mana institusi lebih banyak menggunakan pendekatan rasional (*corrective action*) dibandingkan pendekatan emosional (*mortification*). Ketiga temuan ini menunjukkan bahwa krisis komunikasi tidak hanya bersifat struktural, tetapi juga bersifat psikologis dan digital.

Model ini memberikan kontribusi baru dalam pengembangan teori komunikasi krisis dalam tiga aspek utama: (1) Integrasi SCCT dan *Image Repair* dalam Konteks Digital. Jika sebelumnya SCCT dan *Image Repair* sering digunakan secara terpisah, model ini

mengintegrasikan keduanya dalam satu kerangka dinamis yang berorientasi pada kepercayaan digital. (2) Penambahan Dimensi *Digital Trust*. Konsep *digital trust* menjadi variabel kunci yang belum banyak dielaborasi dalam teori komunikasi krisis klasik. Model ini menempatkan kepercayaan sebagai output sekaligus input dalam siklus krisis. (3) Pergeseran dari Linear Model ke *Dynamic Loop Model*. Model komunikasi krisis tidak lagi dipahami sebagai proses linear (krisis–respon–pemulihan), tetapi sebagai siklus berulang yang dipengaruhi oleh ekosistem media digital.

Secara praktis, model ini memberikan beberapa implikasi bagi Kepolisian Negara Republik Indonesia dalam mengelola komunikasi krisis: *pertama*, institusi perlu mengembangkan sistem komunikasi real-time berbasis digital untuk mengurangi kesenjangan kecepatan informasi. *Kedua*, diperlukan integrasi komunikasi antara pusat dan daerah melalui satu narasi tunggal (*single narrative system*). *Ketiga*, strategi komunikasi harus menggabungkan pendekatan rasional dan emosional untuk membangun empati publik. *Keempat*, institusi perlu mengelola media sosial secara proaktif, bukan hanya reaktif, sebagai bagian dari strategi komunikasi krisis.



Gambar 1. Eskalasi Krisis dan Kepercayaan Publik

Gambar 1 menjelaskan perihai krisis yang tidak berhenti pada tahap respon dan pemulihan, tetapi berlanjut dalam siklus dinamis di mana hasil akhir berupa *digital trust* akan menentukan tingkat keparahan krisis berikutnya. Semakin tinggi kepercayaan publik, semakin kecil eskalasi krisis di masa depan, dan sebaliknya.

## Simpulan

Berdasarkan hasil analisis mendalam mengenai strategi komunikasi krisis dalam membangun kembali citra institusi POLRI pasca-kerusuhan di Mako Brimob Kwitang, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan krisis yang dilakukan menunjukkan upaya institusional yang sistematis, namun belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika ruang siber. Dalam perspektif *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), krisis fisik yang berkelindan dengan disinformasi digital ini dipersepsikan oleh khalayak sebagai krisis dengan tingkat tanggung jawab tinggi (*preventable crisis*). Namun, respons awal POLRI justru terjebak dalam pendekatan defensif (*diminish strategy*) akibat adanya *information gap* selama 6 jam pertama pasca-kejadian. Keterlambatan ini menciptakan kekosongan narasi (*narrative vacuum*) yang memicu munculnya kesenjangan atribusi (*attribution gap*) dan mempercepat penurunan kepercayaan publik. Sementara itu, dalam kerangka *Image Repair Theory*, taktik pemulihan citra didominasi oleh pendekatan tindakan korektif (*corrective action*) dan reduksi dampak (*reducing offensiveness*), tetapi belum optimal dalam mengimplementasikan strategi *mortification* yang menekankan pada pengakuan kelemahan dan empati publik. Akibatnya, komunikasi yang dibangun cenderung bersifat normatif-prosedural sehingga gagal mereduksi framing negatif dan sentimen emosional yang diamplifikasi secara eksponensial oleh algoritma media digital.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan dalam menjembatani ruang kosong antara teori komunikasi krisis klasik dan dinamika masyarakat jejaring digital. Temuan penelitian ini berhasil merumuskan model *Empathetic-Participatory Crisis Communication* yang merekonstruksi ulang asumsi monolitik dalam organisasi publik. Implikasi teoretis utama dari penelitian ini adalah perluasan cakupan SCCT dan *Image Repair Theory* pada aspek *asymmetric digital warfare* (perang informasi asimetris). Penelitian ini membuktikan bahwa dalam lanskap media digital kontemporer, perilaku khalayak (*consumer behavior*) dalam mengonsumsi informasi krisis diadopsi langsung dari pola interaksi *social commerce*, di mana pemenuhan kepuasan informasi (*uses and gratifications*) publik tidak lagi linier melainkan horizontal-partisipatif. Oleh karena itu, efektivitas strategi respons krisis tidak lagi ditentukan secara sepihak oleh validitas objektif pesan institusi, melainkan oleh kelincahan retorika dalam memenangkan pertarungan narasi melawan taktik persuasi digital (*digital persuasion*) yang manipulatif dari aktor non-institusional pada jam-jam pertama terjadinya krisis.

Meskipun memberikan kedalaman analisis yang kaya, peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan yang melekat dalam penelitian ini. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan desain studi kasus kualitatif dengan ukuran sampel yang terbatas pada 8 informan kunci dan fokus pada wilayah hukum Polda Metro Jaya, sehingga generalisasi temuan untuk skala krisis berskala nasional di luar wilayah metropolitan harus dilakukan secara hati-hati. Selain itu, pengumpulan data sekunder untuk merekam pergeseran sentimen publik di media digital dilakukan secara retrospektif pasca-peristiwa pada Agustus–September 2025. Pendekatan ini memiliki keterbatasan dalam menangkap fluktuasi data percakapan digital (*real-time digital firestorms*) dan interaksi langsung pengguna siber saat krisis sedang berada pada titik kulminasi tertinggi secara instan di lapangan.

Berdasarkan temuan tersebut, diajukan beberapa rekomendasi praktis yang rinci bagi penguatan fungsi Humas POLRI di masa depan. Pertama, Divisi Humas POLRI harus

memangkas birokrasi pelaporan dengan menerapkan protokol *Golden Hours Response*, yang mewajibkan rilis narasi pencorengan awal atau minimal pernyataan empati dikeluarkan maksimal 30 menit setelah krisis fisik terjadi demi mencegah munculnya *narrative vacuum*. Kedua, institusi perlu membentuk *Inter-Agency Crisis Command Center* yang terintegrasi secara digital untuk meruntuhkan ego-sektoral (*ego-silos*) antar-satuan kerja, sehingga inkonsistensi pesan di lapangan dapat dieliminasi. Ketiga, Humas POLRI disarankan menggeser pendekatan komunikasi dari yang semula bersifat kaku dan normatif menjadi berbasis kontra-persuasi digital yang empatik. Hal ini dapat diwujudkan dengan memanfaatkan algoritma personalisasi, memproduksi konten klarifikasi yang menyentuh rute perifer psikologis masyarakat, serta melibatkan pemangku kepentingan komunitas secara aktif guna memulihkan kembali legitimasi institusi dan membangun kepercayaan digital (*digital trust*) yang berkelanjutan.

Secara praktis, Kepolisian Negara Republik Indonesia perlu mengembangkan sistem komunikasi krisis yang lebih adaptif terhadap dinamika digital, khususnya dengan meningkatkan kecepatan respon pada fase awal krisis. Institusi perlu mengadopsi pendekatan komunikasi real-time berbasis digital agar mampu mengimbangi kecepatan penyebaran informasi di media sosial. Selain itu, diperlukan integrasi komunikasi yang lebih kuat antara tingkat pusat dan daerah guna memastikan konsistensi pesan dan menghindari disonansi komunikasi yang dapat membingungkan publik.

Lebih lanjut, strategi komunikasi krisis perlu menggabungkan pendekatan rasional dan emosional secara seimbang. Penggunaan strategi *mortification* atau permintaan maaf yang tulus dan empatik perlu dipertimbangkan dalam situasi krisis dengan tingkat atribusi tinggi, karena dapat membantu meredakan emosi publik dan mempercepat pemulihan kepercayaan. Institusi juga perlu memperkuat kapasitas sumber daya manusia di bidang komunikasi, khususnya dalam memahami psikologi publik dan manajemen komunikasi digital.

Dari sisi pengelolaan media, institusi disarankan untuk tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dalam membangun narasi positif melalui media sosial. Kolaborasi dengan media, influencer, dan komunitas digital dapat menjadi strategi efektif dalam mengelola opini publik dan memperluas jangkauan komunikasi institusi.

## Daftar Pustaka

- Alwaton, Y., Mada, U. G., Yogyakarta, D. I., Info, A., Krisis, K., Kanjuruhan, T., & Isi, A. (2023). Komunikasi Krisis Polri : Strategi Image Repair Polri Dalam Tragedi Kanjuruhan Polri Crisis Communication : Polri Image Repair Strategy in Kanjuruhan Tragedy. *Translitera*, 12(1).
- Arandas, M. F., & Ling, L. Y. (2020). Indonesian crisis communication response after deliberate forest fires and transboundary haze. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(4). <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3604-18>
- Arlinda, S. A., Turganbaevna, S., & Arindra, F. (2025). Crisis Communication in Surakarta's Hotels: Adapting Situational Crisis Communication Theory (SCCT) to the Indonesian Cultural Context Amidst Austerity and MICE Decline. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 14(3). <https://doi.org/10.33366/jisip.v14i3.3678>
- Ayu Maulida, R. (2021). Implementasi Teori Komunikasi Krisis Situasional pada kasus Covid-19 oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui @pikobar\_jabar. *Jurnal Pekommas*, 6(1), 83–93. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2021.2060109>
- Carcary, M. (2020). The Research Audit Trail: Methodological Guidance for Application in Practice. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 18(2). <https://doi.org/10.34190/JBRM.18.2.008>
- Creswell, W. J. (2018). *Research Desain: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*

*Approaches* (3rd ed.). SAGE Publication.

- Dewi, A. P. C., & Claretta, D. (2025). Strategi Komunikasi Krisis di Era Digital: Respons Merek “Portee” terhadap Krisis Reputasi di Media Sosial. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8). <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i8.8947>
- Dominic, E. D. (2025). Crisis Communication Revisited: Theoretical Evolution, Limitations, and Integrative Insights. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(10). <https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.910000796>
- Flecha-Ortiz, J. A., Feliberty-Lugo, V., Santos-Corrada, M., Lopez, E., & Dones, V. (2023). Hedonic and Utilitarian Gratifications to the Use of TikTok by Generation Z and the Parasocial Relationships with Influencers as a Mediating Force to Purchase Intention. *Journal of Interactive Advertising*, 23(2). <https://doi.org/10.1080/15252019.2023.2195403>
- Gasa, F. M., Prabayanti, H. R., & Purnomo, Y. A. (2022). Refleksi Kepemimpinan Krisis Pemerintah Pada Fase Awal Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1703>
- Henke, N., & Martin-Juchat, F. (2021). The design turn for the management of public relations: Emerging challenges for communication professionals using design practices. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, 14(2). <https://doi.org/10.21409/GASC-KG70>
- Herzallah, F., Abosamaha, A. J., Salameh, S. M., & Alhayek, M. (2025). Social commerce attributes, customer engagement and repurchase intention in social commerce platforms: A stimulus–organism– response approach. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(4). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100635>
- Kasirye, F. (2021). The Importance of Needs in Uses and Gratification Theory. *Advance*, (1974).
- Maliq, M. F., Aprilianto, R., Raharjo, B., Reamur, G. P. A., & Faza, M. D. (2025). Implementasi Fungsi Kepolisian sebagai Pelindung Pengayom dan Pelayan Masyarakat dalam Mewujudkan Ketertiban dan Keamanan Masyarakat. *Proceedings of Police Academy*, 1(1).
- Manogari, R. R., & Hamzah, R. E. (2024). Pelatihan Kesiapan Menghadapi Krisis Komunikasi Pada Biro SDM Polda Metro Jaya. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 4(2).
- Nugroho, A. R. (2023). Sistem Pembinaan Psikologi pada Strategi Bermasalah. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(4), 384–392. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i4.2345>
- Palazzolo, D. J. (2023). Miles & Huberman. *Experiencing Citizenship: Concepts and Models for Service-Learning in Political Science*.
- Pamungkas, S. (2025). Strategi Komunikasi Publik Untuk Meningkatkan Citra Polri Pasca Insiden Lagu “Bayar Bayar Bayar.” *International Journal Of Social, Policy And Law (IJOSPL)*, 6(2).
- Rahman, A. R., & Claretta, D. (2025). Polisi Negara Republik Indonesia Dan Kekerasan Di Media (Sebuah Analisis Wacana). *Syntax Idea*, 7(3). <https://doi.org/10.46799/syntaxidea.v7i3.12691>
- Rofiki Rahman, A., & Astriani, A. (2023). Komunikasi Krisis Polri dalam Meningkatkan Reputasi dan Kepercayaan Masyarakat Setelah Tragedi Sepak Bola di Kanjuruhan. *KOMUNIKA*, 10(2). <https://doi.org/10.22236/komunika.v10i2.11042>
- Romadlan, S., & Wahdiyati, D. (2022). Framing Pemberitaan Media Online mengenai Bentrokan Anggota Front Pembela Islam (FPI) dengan Anggota Kepolisian. In *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* scholar.archive.org. [https://scholar.archive.org/work/7tv6tygfduncixoa17igafj4/access/wayback/http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/download/10135/pdf\\_69](https://scholar.archive.org/work/7tv6tygfduncixoa17igafj4/access/wayback/http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/download/10135/pdf_69)

- Rusnali, A. N. A. (2023). Komunikasi Krisis Bhabinkamtibmas Polres Mamasa Dalam Memulihkan Citra POLRI Di Kabupaten Mamasa Sulawesi Barat. *MITZAL (Demokrasi, Komunikasi Dan Budaya) : Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.35329/mitzal.v8i1.3816>
- Setyaningrum, A. H. (2025). Strategi Pemulihan Citra Organisasi Berbasis Image Repair Theory : Tinjauan Pustaka Sistematis 2021-2025. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2). <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v7i2.36909>
- Silviana, R., Naryoso, A., & Rakhmad, W. N. (2024). Manajemen Krisis Dinas Kominfo Kabupaten Kebumen Berkaitan Dengan Pemberitaan Kebumen Sebagai Kabupaten Termiskin Di Jawa Tengah. *Interaksi Online*, 12(3).
- Syukron, A. F. (2021). Komunikasi Krisis Eiger dan Tantangan Perbaikan Reputasi di Era Digital. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i2.5401>
- Tata Amelia, D. (2025). Strategi Komunikasi Perbaikan Citra Kepolisian Republik Indonesia: Hashtag #PercumaLaporPolisi. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 4(2). <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i2.1258>
- Tiani, A., & Setyanto, Y. (2024). Optimalisasi Penggunaan Instagram untuk Meningkatkan Reputasi Positif Polri melalui Media Sosial. *Kiwari*, 3(2). <https://doi.org/10.24912/ki.v3i2.30176>
- Ureke, O. (2024). Politics at Play: TikTok and Digital Persuasion in Zimbabwe's 2023 General Elections. *Africa Spectrum*, 59(2). <https://doi.org/10.1177/00020397241241335>
- Veritasia, M. E., & Suteja, R. S. A. (2024). Examining Crisis Communication And Online Activism In Indonesia: A Case Study On 2022 Votre Peau. *Jurnal ilmu komunikasi uho : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 9(2). <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i2.217>
- Wesemann Lekkas, H., Antretter, T., Shepherd, D., & Wincent, J. (2025). Following in the Footsteps of Others: Social Proof in Angel Groups. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 49(4). <https://doi.org/10.1177/10422587251315657>
- Xia, M. (2025). Consumer Response and Corporate Crisis Communication Strategies in Brand Crisis Events: A Case Study of Samsung Galaxy Note 7. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 49. <https://doi.org/10.54097/m49bqk77>