Jurnal Cyber PR, Volume 6, No. 2, Desember 2026, Hal. 574–591
ISSN (online) 2798 - 0561

Pengembangan Model Strategi Komunikasi Digital Divisi Humas Polri untuk Membangun Kepercayaan Publik

Nurman Surachman*, Mulhanetty Syas

Universitas Paramadina
Jl. Raya Mabes Hankam No.Kav 9, RT.9/RW.3, Setu, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia
*Email Korespondensi: nurman.surachman@students.paramadina.ac.id

Submitted: 06-23-2026, Accepted: 11-09-2026, Published: 11-12-2026

Abstract *- This study aims to analyze the digital communication practices of the Public Relations Division of the Indonesian National Police, identify the factors influencing public trust formation, and develop a digital communication strategy model to strengthen institutional legitimacy. This research employed a qualitative approach using a phenomenological method within a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, digital observation, documentation, and literature review and analyzed using a transcendental phenomenological approach. The findings reveal that public trust is shaped by five key dimensions: information transparency, dialogic communication, digital issue management, crisis communication, and public participation. The integration of these dimensions resulted in the development of the Integrated Digital Trust Communication (IDTC) model, which explains that public trust formation occurs through three stages: information credibility building, trust reinforcement, and trust institutionalization. Theoretically, this study enriches the literature on public sector digital communication by integrating strategic communication management, Excellence Theory, New Media Theory, and public trust theory. Practically, the IDTC model provides guidance for police institutions in designing more effective digital communication strategies.*
Keywords*: Digital Communication; Digital Issue Management; Indonesian National Police; Public Participation; Public Trust*

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komunikasi digital Divisi Humas Polri, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan kepercayaan publik, serta mengembangkan model strategi komunikasi digital yang dapat memperkuat legitimasi institusi kepolisian. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi dalam paradigma konstruktivisme. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi digital, dokumentasi, dan studi literatur, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan fenomenologi transendental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan kepercayaan publik dipengaruhi oleh lima dimensi utama, yaitu transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik. Integrasi kelima dimensi tersebut menghasilkan model *Integrated Digital Trust Communication* (IDTC) yang menjelaskan bahwa pembentukan kepercayaan publik berlangsung melalui tiga tahapan, yaitu pembentukan kredibilitas informasi, penguatan kepercayaan, dan institusionalisasi kepercayaan. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital sektor publik melalui integrasi manajemen komunikasi strategis, *Excellence Theory*, *New Media Theory*, dan teori kepercayaan publik. Secara praktis, model IDTC dapat menjadi acuan bagi institusi kepolisian dalam merumuskan strategi komunikasi digital yang lebih efektif.
Kata Kunci: Komunikasi Digital; Kepercayaan Publik; Manajemen Isu Digital; Partisipasi Publik; Polri

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah pola komunikasi antara institusi publik dan masyarakat dari komunikasi satu arah menjadi komunikasi yang

DOI: 10.32509/cyberpr.v6i2.7546
CC BY-NC-SA 4.0. Copyright © 2026 The Author(s).

lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif. Media sosial tidak lagi berfungsi sekadar sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat memproduksi, menyebarkan, mengevaluasi, dan memengaruhi informasi secara cepat. Kondisi tersebut menjadikan ruang digital sebagai arena penting dalam pembentukan opini publik, legitimasi organisasi, dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi negara (Couldry & Hepp, 2018; Suhendra & Pratiwi, 2024).

Transformasi komunikasi digital juga memengaruhi institusi kepolisian. Sebagai organisasi publik yang menjalankan fungsi pelayanan, perlindungan, pengayoman, dan penegakan hukum, Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) menghadapi tantangan komunikasi yang semakin kompleks. Berbagai isu terkait pelayanan publik, penanganan kasus hukum, perilaku anggota, hingga kebijakan institusi dapat dengan cepat menjadi perhatian masyarakat melalui media sosial. Dalam konteks ini, Divisi Humas Polri memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi, mengelola opini publik, membangun citra institusi, serta memperkuat hubungan antara Polri dan masyarakat.

DataReportal (2025) menunjukkan bahwa jumlah identitas pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai lebih dari 139 juta. Tingginya penggunaan media sosial menjadikan ruang digital sebagai sarana penting komunikasi publik sekaligus meningkatkan tuntutan masyarakat terhadap transparansi, akuntabilitas, dan responsivitas institusi pemerintah (Arif & Syahrir, 2025; Haryadi, 2024). Dalam lingkungan komunikasi yang semakin terbuka, kepercayaan publik tidak hanya berkaitan dengan kualitas pelayanan institusi, tetapi juga dengan kemampuan organisasi menyampaikan informasi secara cepat, transparan, dan partisipatif (Kim dkk., 2025).

Komunikasi digital yang efektif menjadi salah satu aspek penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Manullang dan Rahmanita (2025) menunjukkan pentingnya pola komunikasi organisasi dan transparansi informasi dalam kaitannya dengan kepercayaan audiens serta keterlibatan publik di media digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa organisasi publik perlu mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembentukan hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi informasi dapat memperluas akses masyarakat terhadap informasi dan membuka peluang interaksi antara organisasi dan publik (Krismasakti dkk., 2022; Zunianantа, 2023).

Meskipun demikian, praktik komunikasi digital organisasi publik masih menghadapi berbagai kendala. Media sosial institusi pemerintah dapat didominasi pola komunikasi satu arah yang berorientasi pada penyebaran informasi sehingga partisipasi publik belum berkembang secara optimal (Sastrawan & Rahmawati, 2025). Keterlambatan respons organisasi terhadap isu yang berkembang di ruang digital juga berpotensi meningkatkan sentimen negatif masyarakat dan menurunkan kredibilitas institusi (Amelia & Wahid, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya strategi komunikasi digital yang mengintegrasikan keterbukaan informasi, interaksi dengan masyarakat, pengelolaan isu, penanganan krisis, dan partisipasi publik dalam suatu kerangka yang terarah (Anagusti dkk., 2024).

Kajian mengenai komunikasi digital Polri telah dilakukan melalui berbagai perspektif. Permana dkk. (2025) mengkaji konten media sosial Humas Polri melalui program *Cooling System* pada Pilpres 2024 dalam kaitannya dengan upaya meredam polarisasi politik dan membangun kepercayaan publik. Nugroho dkk. (2024) membahas strategi komunikasi organisasi melalui penyusunan pesan kunci dan pemilihan media yang tepat untuk meningkatkan kepercayaan publik. Sementara itu, Kurnia dkk. (2023) mengkaji strategi kehumasan dalam penanganan persoalan ketidakpercayaan terhadap pemerintah. Ketiga penelitian tersebut memberikan landasan untuk memahami peran komunikasi strategis,

pengelolaan pesan, dan strategi kehumasan dalam konteks hubungan antara institusi dan masyarakat.

Namun, penelitian-penelitian tersebut memiliki fokus kajian yang berbeda dan belum dengan sendirinya menjelaskan keseluruhan mekanisme pembentukan kepercayaan publik melalui komunikasi digital. Kajian mengenai strategi konten, penyusunan pesan, dan penanganan ketidakpercayaan memberikan pemahaman mengenai aspek-aspek tertentu dari komunikasi organisasi. Akan tetapi, masih diperlukan sintesis konseptual yang menjelaskan bagaimana transparansi informasi dan komunikasi dialogis membentuk kredibilitas awal, bagaimana manajemen isu digital dan komunikasi krisis berperan dalam mempertahankan kepercayaan ketika muncul ketidakpastian, serta bagaimana partisipasi publik memperkuat keberlanjutan hubungan antara institusi dan masyarakat. Dengan demikian, kesenjangan penelitian ini tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan untuk mengintegrasikan sejumlah dimensi komunikasi digital, tetapi juga dengan perlunya menjelaskan hubungan fungsional antardimensi tersebut dalam suatu mekanisme pembentukan kepercayaan publik pada institusi kepolisian.

Untuk menjelaskan mekanisme tersebut, penelitian ini bertolak dari integrasi perspektif manajemen komunikasi strategis, *Excellence Theory*, *New Media Theory*, dan teori kepercayaan organisasi. Manajemen komunikasi strategis memberikan landasan untuk memahami koordinasi aktivitas komunikasi dalam mendukung tujuan organisasi (Andersson, 2025). *Excellence Theory* menekankan pentingnya komunikasi dua arah simetris bagi pembentukan hubungan organisasi dengan publik (Grunig dkk., 2003), sedangkan *New Media Theory* membantu menjelaskan karakteristik media digital yang interaktif, cepat, dan memungkinkan partisipasi pengguna (McQuail & Deuze, 2020). Sementara itu, teori kepercayaan organisasi dari Mayer dkk. (1995), yang mencakup kemampuan (*ability*), integritas (*integrity*), dan kepedulian (*benevolence*), memberikan landasan untuk memahami bagaimana masyarakat menilai kapasitas, konsistensi, dan orientasi institusi terhadap kepentingan publik. Integrasi perspektif tersebut digunakan untuk memahami hubungan antara praktik komunikasi digital dan pembentukan kepercayaan, bukan untuk mengasumsikan bahwa setiap dimensi secara otomatis menghasilkan kepercayaan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis praktik komunikasi digital Divisi Humas Polri, mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan dalam pembentukan kepercayaan publik, serta mengembangkan model strategi komunikasi digital untuk mendukung penguatan legitimasi institusi kepolisian. Penelitian ini menghasilkan model *Integrated Digital Trust Communication* (IDTC), yang mengintegrasikan lima dimensi, yaitu transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik. Kebaruan konseptual model IDTC terletak pada penjelasan hubungan fungsional kelima dimensi tersebut melalui tiga tahapan pembentukan kepercayaan. Tahap pertama, pembentukan kredibilitas informasi, berkaitan dengan transparansi informasi dan komunikasi dialogis. Tahap kedua, penguatan kepercayaan, berkaitan dengan kemampuan institusi mengelola isu digital dan merespons krisis secara cepat, akurat, konsisten, dan empatik. Tahap ketiga, institusionalisasi kepercayaan, menekankan partisipasi publik sebagai bagian dari keberlanjutan hubungan komunikasi antara institusi dan masyarakat.

Melalui mekanisme tersebut, model IDTC mengajukan proposisi konseptual bahwa kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian merupakan proses yang berkembang melalui akumulasi pengalaman komunikasi digital. Kredibilitas informasi menjadi landasan awal, pengelolaan isu dan krisis menjadi bagian dari pemeliharaan kepercayaan dalam situasi yang dinamis, sedangkan partisipasi publik memberikan ruang bagi penguatan hubungan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, kontribusi penelitian ini tidak semata-mata terletak pada

penggabungan lima dimensi komunikasi digital, tetapi pada upaya menjelaskan bagaimana dimensi-dimensi tersebut saling melengkapi dalam proses pembentukan, pemeliharaan, dan pelembagaan kepercayaan publik dalam konteks Divisi Humas Polri.

Kerangka Teori

Transformasi digital telah mengubah pola komunikasi organisasi publik dari model komunikasi satu arah menjadi komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif. Dalam lingkungan media sosial, organisasi tidak lagi menjadi satu-satunya pengendali informasi karena masyarakat memiliki kemampuan untuk memproduksi, menyebarkan, mengevaluasi, dan memengaruhi informasi secara mandiri. Perubahan tersebut mendorong organisasi publik untuk mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif guna membangun hubungan yang efektif dengan masyarakat serta mempertahankan legitimasi institusi (Couldry & Hepp, 2018).

Dalam perspektif manajemen komunikasi strategis, komunikasi dipandang sebagai fungsi manajerial yang meliputi proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pengendalian aktivitas komunikasi untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi. Pada organisasi sektor publik, komunikasi strategis tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun akuntabilitas, memperkuat legitimasi, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat (Andersson, 2025). Keberhasilan komunikasi digital organisasi publik ditentukan oleh kemampuan mengintegrasikan transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik ke dalam strategi komunikasi yang terstruktur dan berkelanjutan (Kim dkk., 2025).

Landasan teoritis utama penelitian ini adalah *Excellence Theory* yang dikembangkan oleh Grunig dkk. (2003). Teori ini menekankan bahwa komunikasi dua arah simetris merupakan bentuk komunikasi organisasi yang paling efektif dalam membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dan publik. Melalui komunikasi dua arah, organisasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendengarkan, memahami, dan menyesuaikan kebijakan berdasarkan kebutuhan serta harapan publik. Pendekatan ini menjadi semakin relevan dalam konteks media sosial karena masyarakat berperan sebagai aktor aktif yang dapat memberikan umpan balik, menyampaikan kritik, dan membentuk opini publik (Grunig dkk., 2003).

Konsep tersebut didukung oleh *New Media Theory* yang menjelaskan bahwa media digital memiliki karakteristik interaktivitas, konvergensi, personalisasi, dan kecepatan komunikasi yang membedakannya dari media konvensional (McQuail & Deuze, 2020). Karakteristik tersebut memungkinkan terbentuknya komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif sehingga organisasi dituntut untuk mengembangkan strategi komunikasi yang responsif terhadap dinamika lingkungan digital. Dalam konteks institusi kepolisian, media sosial menjadi ruang strategis untuk membangun hubungan dengan masyarakat, mengelola opini publik, dan memperkuat kepercayaan terhadap institusi (Couldry & Hepp, 2018).

Kepercayaan publik merupakan konsep utama dalam komunikasi organisasi dan administrasi publik karena berkaitan dengan keyakinan masyarakat terhadap kemampuan institusi dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya secara profesional, transparan, dan akuntabel. Mayer dkk. (1995) menjelaskan bahwa kepercayaan dibentuk melalui tiga dimensi utama, yaitu *ability*, *integrity*, dan *benevolence*. *Ability* merujuk pada kemampuan organisasi menjalankan tugas dan fungsinya secara efektif, *integrity* berkaitan dengan konsistensi organisasi dalam menjalankan nilai dan komitmen yang telah ditetapkan, sedangkan *benevolence* menunjukkan kepedulian organisasi terhadap kepentingan masyarakat di luar kepentingan institusional semata. Dalam konteks komunikasi digital Divisi Humas Polri, kemampuan menyampaikan informasi secara cepat dan akurat mencerminkan dimensi *ability*,

transparansi dan konsistensi pesan mencerminkan *integrity*, sedangkan komunikasi yang responsif dan empatik mencerminkan *benevolence* (Mayer dkk., 1995).

Berdasarkan integrasi manajemen komunikasi strategis, *Excellence Theory*, *New Media Theory*, dan teori kepercayaan publik, penelitian ini memandang strategi komunikasi digital Divisi Humas Polri sebagai konstruksi multidimensional yang terdiri atas transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik. Kelima dimensi tersebut diposisikan sebagai faktor yang memengaruhi pembentukan kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Kepercayaan publik selanjutnya dipandang sebagai prasyarat bagi terbentuknya legitimasi institusi dan citra positif organisasi.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan desain fenomenologi transendental. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami pengalaman, pemaknaan, dan pandangan para informan mengenai praktik komunikasi digital Divisi Humas Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) dalam membangun kepercayaan publik. Paradigma konstruktivis digunakan karena pemaknaan terhadap komunikasi institusional dan kepercayaan publik dipahami melalui pengalaman serta interaksi sosial para informan. Desain fenomenologi transendental mengacu pada Moustakas (1994), yang menekankan eksplorasi pengalaman individu dan pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti.

Informan Penelitian

Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan relevansi pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan mereka dengan fenomena penelitian. Penelitian melibatkan 12 informan yang terdiri atas lima personel Humas Polri, dua akademisi bidang komunikasi, satu praktisi *public relations*, dua jurnalis, dan dua pengguna media sosial. Komposisi tersebut memungkinkan penelitian memperoleh perspektif dari pihak institusional, akademik, profesional media, dan masyarakat sebagai penerima pesan komunikasi digital. Keberagaman informan digunakan untuk memperkaya pemahaman mengenai praktik komunikasi digital, respons publik, serta faktor-faktor yang dipersepsikan berkaitan dengan pembentukan kepercayaan terhadap institusi kepolisian.

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

Kode Anonim	Kategori Informan	Relevansi Pengalaman	Kontribusi terhadap Pertanyaan Penelitian
H1	Personel Humas Polri	Mengelola akun resmi dan menjalankan praktik komunikasi digital Divisi Humas Polri	Perspektif institusional mengenai praktik komunikasi digital dan faktor pembentuk kepercayaan (tujuan 1 dan 2)
H2	Personel Humas Polri	Menyusun dan menerbitkan konten informasi pada platform digital	Penjelasan prosedur transparansi informasi dan penyusunan pesan (tujuan 1)
H3	Personel Humas Polri	Melakukan pemantauan isu dan percakapan digital	Penjelasan mekanisme manajemen isu digital dan respons krisis (tujuan 1 dan 2)
H4	Personel Humas Polri	Mengelola interaksi dan balasan komentar masyarakat	Penjelasan praktik komunikasi dialogis dan partisipasi publik (tujuan 2)

Kode Anonim	Kategori Informan	Relevansi Pengalaman	Kontribusi terhadap Pertanyaan Penelitian
H5	Personel Humas Polri	Terlibat dalam penanganan komunikasi krisis institusi	Penjelasan kecepatan, akurasi, dan empati dalam komunikasi krisis (tujuan 2)
A1	Akademisi bidang komunikasi	Mengkaji komunikasi digital organisasi publik dan kepercayaan publik	Analisis konseptual dan penilaian keterbatasan praktik komunikasi institusi (tujuan 1 dan 3)
A2	Akademisi bidang komunikasi	Meneliti media sosial dan opini publik	Penilaian keterbandingan temuan dengan kajian komunikasi digital (tujuan 3)
P1	Praktisi public relations	Mengelola komunikasi digital dan reputasi organisasi	Perspektif profesional mengenai pengelolaan isu dan komunikasi krisis (tujuan 1 dan 2)
J1	Jurnalis	Memantau dan mempublikasikan isu terkait Polri di media	Penilaian kualitas informasi institusi dan responsivitas terhadap isu (tujuan 1 dan 2)
J2	Jurnalis	Meliput kegiatan institusi dan mengolah pernyataan resmi	Penilaian kesesuaian informasi resmi dengan fakta lapangan (tujuan 1)
M1	Pengguna media sosial	Mengikuti dan merespons konten akun resmi Divisi Humas Polri	Perspektif penerima pesan mengenai transparansi, dialog, dan partisipasi (tujuan 2)
M2	Pengguna media sosial	Menyampaikan pertanyaan, kritik, dan tanggapan pada ruang digital	Perspektif publik mengenai responsivitas institusi dan keberlanjutan hubungan (tujuan 2 dan 3)

Sumber: Hasil penelitian, 2026.

Kecukupan data dinilai menggunakan kriteria saturasi tematik. Pengumpulan data dihentikan ketika wawancara tambahan tidak lagi menghasilkan pernyataan baru yang relevan dengan lima dimensi yang dikaji, yang pada penelitian ini terindikasi pada beberapa wawancara terakhir yang cenderung mengulang pola pemaknaan dari kelompok informan sebelumnya. Dasar penilaian kecukupan tersebut mencakup tiga hal: pertama, perulangan tema yang sama pada kelompok informan yang berbeda; kedua, keberagaman pandangan yang telah mencakup tanggapan yang mendukung maupun yang kritis terhadap institusi; ketiga, kesesuaian temuan wawancara dengan data observasi digital dan telaah dokumentasi. Dengan demikian, jumlah 12 informan dari empat kelompok perspektif dinilai memadai untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengembangkan tema hingga tingkat sintesis model.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi digital, telaah dokumentasi, dan studi literatur. Wawancara mendalam merupakan dasar analisis fenomenologis karena menjadi sumber utama untuk mengungkap pengalaman dan pemaknaan

informan mengenai transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, serta partisipasi publik; seluruh tahapan analisis fenomenologi transendental diterapkan terhadap data wawancara. Observasi digital dan telaah dokumentasi berfungsi memperkaya konteks penelitian serta memeriksa kesesuaian dan perbedaan temuan antarsumber. Data komentar publik dan balasan akun resmi merupakan bagian dari data observasi digital dan dianalisis secara kontekstual, yaitu dibaca untuk memahami tema yang berkembang, pola interaksi pengguna, dan kesesuaian respons institusi terhadap unggahan. Data tersebut tidak diperlakukan sebagai sumber pengalaman publik yang berdiri sendiri, sehingga tidak melalui prosedur reduksi fenomenologis tersendiri, melainkan digunakan untuk menguji kesesuaian temuan wawancara dengan dinamika yang tampak pada ruang digital.

Observasi digital dilakukan terhadap akun resmi Divisi Humas Polri pada Instagram, TikTok, dan YouTube. Identitas akun, nama pengguna, dan tautan profil dicatat dalam lembar observasi untuk memastikan kejelasan sumber data. Ketiga platform dipilih dengan mempertimbangkan variasi penyajian pesan dan bentuk interaksi antara institusi dengan masyarakat. Observasi dilaksanakan pada 1 April hingga 31 Mei 2026 terhadap unggahan yang diterbitkan pada 1 Januari hingga 31 Maret 2026. Dengan demikian, periode pelaksanaan observasi dibedakan dari periode publikasi konten yang menjadi objek pengamatan.

Pemilihan konten dilakukan secara purposif terhadap 60 unggahan yang dipilih dari seluruh unggahan yang diterbitkan ketiga akun resmi pada periode publikasi 1 Januari hingga 31 Maret 2026, yaitu 25 unggahan Instagram, 20 unggahan TikTok, dan 15 video YouTube. Dari unggahan tersebut, penelitian menganalisis 300 komentar publik dan 40 balasan akun resmi. Alasan pemilihan setiap konten adalah sebagai berikut: pertama, konten termasuk dalam salah satu dari enam kategori konten yang dianalisis; kedua, konten memperoleh respons publik yang terlihat dari keberadaan komentar; ketiga, konten merepresentasikan praktik komunikasi yang disebutkan informan dalam wawancara. Keragaman tema dijaga dengan menetapkan kuota jumlah unggahan pada masing-masing platform serta memastikan setiap kategori konten terwakili, sehingga data tidak didominasi oleh satu jenis konten atau satu platform. Pemilihan komentar dilakukan dari komentar yang memenuhi kriteria inklusi dengan mempertimbangkan keragaman pandangan (tanggapan positif, kritik, pertanyaan, dan saran) serta tingkat interaksi, dengan ketentuan maksimal lima komentar per unggahan sehingga keseluruhan berjumlah 300 komentar. Sebanyak 40 balasan akun resmi merupakan seluruh balasan resmi yang ditemukan pada 60 unggahan terpilih dan seluruhnya dianalisis. Pengamatan mencakup substansi unggahan, penyajian informasi, komentar masyarakat, balasan pengelola akun, serta angka suka, tayangan, dan pembagian ulang sesuai ketersediaan fitur pada masing-masing platform. Indikator keterlibatan tersebut digunakan sebagai informasi kontekstual mengenai interaksi pengguna dan tidak diperlakukan sebagai ukuran langsung kepercayaan publik.

Konten yang diamati meliputi informasi pelayanan kepolisian, penjelasan kebijakan kepolisian, klarifikasi informasi, respons terhadap isu atau krisis, imbauan kepolisian, serta ajakan partisipasi masyarakat. Bentuk konten mencakup infografik, foto dengan keterangan, video pendek, dan rekaman konferensi pers. Kriteria inklusi meliputi konten yang berasal dari akun resmi yang telah ditetapkan, diterbitkan dalam periode publikasi yang dikaji, relevan dengan fokus penelitian, serta dapat diakses atau memiliki arsip yang memadai. Komentar dan balasan disertakan apabila berkaitan langsung dengan unggahan serta memuat pengalaman, penilaian, pertanyaan, atau respons mengenai komunikasi institusi. Pemilihan komentar mempertimbangkan keragaman pandangan, termasuk tanggapan positif, kritik, pertanyaan, dan saran, agar data tidak hanya merepresentasikan respons yang mendukung institusi.

Kriteria eksklusi mencakup konten di luar periode publikasi, unggahan yang tidak relevan, spam, iklan, komentar berulang dengan isi identik dalam unggahan yang sama, serta

materi yang konteksnya tidak dapat diperiksa. Kritik, keluhan, dan tanggapan negatif tetap dipertahankan selama relevan dengan fokus penelitian. Pesan serupa yang muncul pada platform berbeda tetap dianalisis apabila memberikan konteks penyajian atau pola interaksi yang berbeda.

Telaah dokumentasi dilakukan terhadap 20 dokumen yang diterbitkan pada Januari 2025 hingga Maret 2026 dan ditelaah pada April–Mei 2026. Dokumen tersebut terdiri atas dua pedoman atau kebijakan komunikasi publik, tiga laporan kegiatan atau evaluasi komunikasi digital, sepuluh siaran pers atau pernyataan resmi, dan lima transkrip konferensi pers. Dokumen dipilih berdasarkan kejelasan sumber, relevansi dengan komunikasi digital Divisi Humas Polri, dan keterkaitannya dengan pengalaman informan. Dokumen yang diterbitkan sebelum periode publikasi unggahan digunakan untuk memahami konteks kebijakan yang melandasi praktik komunikasi institusi. Studi literatur digunakan untuk memberikan landasan konseptual dalam memahami komunikasi strategis, komunikasi digital, hubungan institusi dengan publik, dan kepercayaan organisasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data mengacu pada fenomenologi transendental Moustakas (1994). Analisis diarahkan untuk memahami makna pengalaman informan terkait praktik komunikasi digital Divisi Humas Polri dan hubungannya dengan pembentukan kepercayaan publik. Proses analisis disusun melalui tahapan berikut.

Pertama, *epoche*, yaitu upaya peneliti untuk menyadari dan menangguhkan asumsi atau penilaian awal mengenai fenomena yang dikaji agar interpretasi lebih berfokus pada pengalaman yang disampaikan informan. Tahap ini menempatkan pengalaman informan sebagai titik awal dalam memahami makna komunikasi digital institusi.

Kedua, *horizontalization*, yaitu identifikasi pernyataan-pernyataan yang relevan dengan pengalaman informan. Pernyataan tersebut diperlakukan sebagai bahan awal analisis untuk mengenali cara informan memahami transparansi informasi, komunikasi dialogis, pengelolaan isu, komunikasi krisis, dan partisipasi publik.

Ketiga, pengelompokan makna-makna penting atau *clustering of invariant meanings*. Pada tahap ini, pernyataan yang relevan dikelompokkan berdasarkan kesamaan makna dan keterkaitan substantif. Pengelompokan dilakukan untuk mengidentifikasi pola pengalaman tanpa menghilangkan perbedaan pandangan antar-informan.

Keempat, penyusunan deskripsi tekstural (*textural description*), yaitu uraian mengenai apa yang dialami informan dalam kaitannya dengan komunikasi digital Divisi Humas Polri. Deskripsi ini berfokus pada pengalaman dan pemaknaan informan sebagaimana terungkap dalam data penelitian.

Kelima, penyusunan deskripsi struktural (*structural description*), yaitu penelaahan terhadap konteks dan kondisi yang membentuk pengalaman tersebut. Tahap ini digunakan untuk memahami bagaimana karakteristik komunikasi institusional, lingkungan media digital, dan interaksi dengan masyarakat menjadi konteks bagi pemaknaan informan.

Keenam, sintesis makna dan esensi pengalaman, yaitu pengintegrasian deskripsi tekstural dan struktural untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti. Hasil sintesis digunakan untuk merumuskan keterkaitan antartema yang muncul dari data penelitian.

Sebagai ilustrasi penerapan tahapan tersebut, perhatikan pernyataan salah satu informan yang disarikan dari hasil wawancara: “kalau informasi resmi keluar terlambat, masyarakat sudah menyimpulkan sendiri di media sosial.” Pada tahap epoche, peneliti menangguhkan asumsi pribadi mengenai seberapa cepat institusi seharusnya merespons agar interpretasi tetap

berangkat dari perspektif informan. Pada tahap horizontalization, pernyataan tersebut diperlakukan sebagai satu unit makna yang setara dengan pernyataan lain, yaitu "keterlambatan informasi resmi membuka ruang spekulasi publik," tanpa diberi bobot lebih penting atau kurang penting.

Pada tahap pengelompokan makna penting, unit makna tersebut dikelompokkan dengan pernyataan sejenis dari informan lain, misalnya mengenai kebutuhan pemantauan percakapan digital dan klarifikasi cepat, menjadi klaster makna "responsivitas dan kecepatan informasi institusi." Klaster ini selanjutnya dirumuskan menjadi tema manajemen isu digital. Deskripsi tekstural disusun dari apa yang dialami informan terkait tema tersebut, deskripsi struktural menguraikan kondisi lingkungan media digital yang melingkupinya, dan sintesis keduanya menghasilkan tema manajemen isu digital sebagai salah satu tema utama penelitian. Pernyataan informan lain diperlakukan melalui prosedur yang sama sehingga seluruh tema diperoleh secara konsisten dari data.

Observasi digital dan telaah dokumentasi digunakan sebagai data pendukung dalam proses interpretasi. Analisis memperhatikan kesesuaian maupun perbedaan antara pengalaman yang disampaikan informan, praktik komunikasi yang diamati pada akun resmi, dan informasi yang terdapat dalam dokumen. Perbedaan antarsumber tidak serta-merta dihilangkan, tetapi dipertimbangkan sebagai konteks untuk memperdalam pemahaman terhadap fenomena penelitian.

Penyusunan Model IDTC

Model *Integrated Digital Trust Communication* (IDTC) disusun melalui sintesis konseptual antara tema-tema yang diperoleh dari analisis pengalaman informan, konteks praktik komunikasi digital yang ditemukan melalui observasi, telaah dokumentasi, dan landasan teoretis penelitian. Proses penyusunan model diarahkan untuk menjelaskan keterkaitan fungsional antara lima dimensi utama, yaitu transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik.

Kelima dimensi tersebut selanjutnya diintegrasikan ke dalam tiga tahapan konseptual. Tahap pertama adalah pembangunan kredibilitas informasi melalui transparansi dan komunikasi dialogis. Tahap kedua adalah penguatan kepercayaan melalui manajemen isu digital dan komunikasi krisis. Tahap ketiga adalah pelembagaan kepercayaan melalui partisipasi publik. Ketiga tahapan tersebut digunakan untuk menggambarkan hubungan konseptual antardimensi dalam strategi komunikasi digital Divisi Humas Polri.

Model IDTC dalam penelitian ini merupakan hasil sintesis konseptual dari temuan kualitatif dan landasan teoretis, bukan model kausal yang telah diuji secara kuantitatif. Oleh karena itu, model dimaksudkan sebagai kerangka untuk memahami dan mengembangkan strategi komunikasi digital dalam konteks kelembagaan kepolisian. Pengujian lebih lanjut diperlukan untuk menilai penerapan dan efektivitas model dalam konteks yang lebih luas.

Hasil dan Pembahasan

Analisis fenomenologi terhadap hasil wawancara mendalam, observasi digital, dokumentasi, dan studi literatur menunjukkan bahwa pembentukan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian melalui komunikasi digital merupakan proses multidimensional. Hasil reduksi fenomenologis mengidentifikasi lima tema utama yang muncul secara berulang lintas kelompok informan, dengan penekanan yang tidak seragam antarkelompok, yaitu transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik. Kelima tema tersebut menjadi dasar pengembangan model Integrated Digital Trust Communication (IDTC).

Tabel 2. Tema Utama Pembentuk Kepercayaan Publik dalam Komunikasi Digital Divisi Humas Polri

Dimensi	Temuan Utama	Makna Konseptual
Transparansi informasi	Informasi harus terbuka, konsisten, cepat, dan mudah diakses	Membangun kredibilitas dan mengurangi ketidakpastian informasi
Komunikasi dialogis	Publik mengharapkan respons terhadap pertanyaan, kritik, dan masukan	Membangun hubungan dua arah yang setara
Manajemen isu digital	Monitoring percakapan digital perlu dilakukan secara berkelanjutan	Mendeteksi dan mengendalikan potensi krisis sejak dini
Komunikasi krisis	Respons cepat, akurat, dan empatik memengaruhi persepsi publik	Memperkuat kredibilitas dan akuntabilitas institusi
Partisipasi publik	Keterlibatan masyarakat meningkatkan penerimaan terhadap institusi	Memperkuat legitimasi dan dukungan sosial

Sumber: Hasil penelitian, 2026.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa transparansi informasi menjadi fondasi utama dalam komunikasi digital Divisi Humas Polri. Informan menilai bahwa masyarakat cenderung memberikan kepercayaan kepada organisasi yang mampu menyampaikan informasi secara terbuka, akurat, konsisten, dan mudah diakses. Transparansi informasi berfungsi mengurangi ketidakpastian dan meminimalkan munculnya spekulasi di ruang digital.

Selain transparansi informasi, komunikasi dialogis muncul sebagai tema yang paling dominan. Informan menegaskan bahwa masyarakat tidak hanya membutuhkan informasi, tetapi juga mengharapkan adanya ruang interaksi yang memungkinkan mereka menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi. Komunikasi dialogis memungkinkan publik memperoleh pengakuan sebagai mitra strategis dalam proses komunikasi organisasi. Penelitian juga menemukan bahwa manajemen isu digital memiliki fungsi preventif dalam menjaga kepercayaan publik. Kemampuan organisasi memantau percakapan digital memungkinkan identifikasi dini terhadap isu-isu yang berpotensi berkembang menjadi krisis reputasi. Informan menyatakan bahwa keterlambatan organisasi dalam merespons isu digital dapat memunculkan spekulasi dan menurunkan kredibilitas institusi. Komunikasi krisis merupakan dimensi yang berfungsi sebagai penguat sekaligus penghambat kepercayaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat mengevaluasi institusi tidak hanya berdasarkan substansi peristiwa, tetapi juga berdasarkan cara organisasi menjelaskan dan merespons peristiwa tersebut. Kecepatan respons, akurasi informasi, konsistensi pesan, dan empati menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi publik terhadap kredibilitas institusi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pembentukan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian tidak dapat dijelaskan hanya melalui perspektif penyebaran informasi. Kepercayaan publik merupakan hasil interaksi antara kualitas informasi, hubungan komunikasi, kemampuan organisasi mengelola dinamika digital, serta tingkat keterlibatan masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi digital pada organisasi publik tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana diseminasi informasi, tetapi telah berkembang menjadi mekanisme pembentukan legitimasi institusional dan hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Castells (2015) yang menjelaskan bahwa masyarakat

jaringan telah mengubah pola komunikasi menjadi lebih partisipatif dan menempatkan publik sebagai aktor aktif dalam proses pertukaran informasi.

Temuan mengenai pentingnya transparansi informasi menunjukkan bahwa keterbukaan, konsistensi pesan, dan kemudahan akses informasi menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi kepolisian. Transparansi informasi memungkinkan organisasi mengurangi ketidakpastian publik serta meminimalkan munculnya spekulasi di ruang digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan Haryadi (2024) yang menjelaskan bahwa media sosial berperan dalam mendorong transparansi dan akuntabilitas administrasi publik. Selain itu, Manullang dan Rahmanita (2025) menemukan bahwa transparansi informasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan audiens dan tingkat keterlibatan publik di media digital.

Komunikasi dialogis menjadi dimensi yang paling dominan dalam penelitian ini. Masyarakat tidak hanya membutuhkan informasi yang cepat dan akurat, tetapi juga mengharapkan adanya ruang interaksi yang memungkinkan mereka menyampaikan pertanyaan, kritik, dan aspirasi. Temuan ini mendukung *Excellence Theory* yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah simetris dalam membangun hubungan jangka panjang antara organisasi dan publik (Grunig dkk., 2003). Dalam konteks media sosial, komunikasi dialogis memperkuat kedekatan antara organisasi dan masyarakat serta meningkatkan rasa dihargai sebagai bagian dari proses komunikasi. Temuan ini juga sejalan dengan Suhendra dan Pratiwi (2024) yang menjelaskan bahwa komunikasi digital melalui media sosial memiliki peran penting dalam pembentukan opini publik.

Manajemen isu digital ditemukan memiliki fungsi preventif dalam menjaga kepercayaan publik. Kemampuan organisasi memantau percakapan digital dan mengidentifikasi isu sejak dini memungkinkan dilakukannya tindakan korektif sebelum isu berkembang menjadi krisis reputasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi digital memerlukan sistem monitoring yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan sentimen publik. Hasil penelitian ini mendukung temuan Ricardo dkk. (2026) yang menjelaskan bahwa reputasi organisasi di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengelola komunikasi dan persepsi publik secara berkelanjutan.

Komunikasi krisis merupakan dimensi yang berfungsi sebagai penguat sekaligus penghambat kepercayaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat mengevaluasi institusi tidak hanya berdasarkan substansi peristiwa, tetapi juga berdasarkan cara organisasi menjelaskan dan merespons peristiwa tersebut. Kecepatan respons, akurasi informasi, konsistensi pesan, dan empati menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi publik terhadap kredibilitas institusi. Temuan ini memperkuat pandangan Kriyantono (2015) yang menegaskan bahwa efektivitas manajemen krisis sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam menyampaikan informasi secara cepat, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan publik.

Partisipasi publik merupakan dimensi yang memperkuat keberlanjutan hubungan antara organisasi dan masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi menciptakan rasa memiliki, kedekatan emosional, dan penerimaan terhadap institusi. Publik yang dilibatkan dalam komunikasi digital cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan publik yang hanya menjadi penerima informasi. Temuan ini sejalan dengan Jumalia Mannayong dkk. (2024) yang menjelaskan bahwa transformasi digital mendorong terciptanya partisipasi masyarakat yang lebih aktif dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan publik.

Berdasarkan hubungan antardimensi tersebut, penelitian ini menghasilkan model *Integrated Digital Trust Communication* (IDTC) yang menjelaskan bahwa pembentukan

kepercayaan publik berlangsung melalui tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah pembentukan kredibilitas informasi melalui transparansi informasi dan komunikasi dialogis. Tahap kedua adalah penguatan kepercayaan melalui manajemen isu digital dan komunikasi krisis. Tahap ketiga adalah institusionalisasi kepercayaan melalui partisipasi publik. Model ini menunjukkan bahwa kepercayaan publik merupakan hasil akumulasi pengalaman komunikasi masyarakat dalam berinteraksi dengan institusi melalui media digital.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pengembangan model komunikasi digital yang mengintegrasikan transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik dalam satu kerangka konseptual yang komprehensif. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung menjelaskan faktor pembentuk kepercayaan secara parsial, model IDTC menjelaskan hubungan antardimensi, tahapan pembentukan kepercayaan, serta implikasinya terhadap legitimasi institusi dan citra organisasi. Dengan demikian, model ini memperluas kajian komunikasi digital sektor publik dengan menempatkan kepercayaan publik sebagai outcome utama strategi komunikasi organisasi.

1. Transparansi Informasi sebagai Fondasi Kredibilitas Institusi

Hasil penelitian mengidentifikasi transparansi informasi sebagai salah satu dimensi utama dalam pembentukan kepercayaan publik terhadap Divisi Humas Polri melalui komunikasi digital. Transparansi dalam konteks ini tidak hanya berkaitan dengan keterbukaan informasi, tetapi juga mencakup akurasi, konsistensi, ketepatan waktu, dan kemudahan akses terhadap informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Informasi yang terbuka dan dapat dipahami membantu masyarakat memperoleh kejelasan mengenai suatu peristiwa atau kebijakan sehingga dapat mengurangi ketidakpastian dalam ruang digital.

Dalam konteks Polri, transparansi informasi memiliki arti penting karena komunikasi institusi kepolisian berkaitan dengan pelaksanaan kewenangan publik, penanganan peristiwa, serta pertanggungjawaban institusional. Informasi yang tidak jelas atau tidak konsisten berpotensi menimbulkan penafsiran yang berbeda dan memperluas ruang spekulasi. Oleh karena itu, transparansi perlu dipahami bukan sekadar sebagai aktivitas menyampaikan informasi, melainkan sebagai bagian dari upaya membangun kredibilitas komunikasi institusi.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori kepercayaan (Mayer dkk., 1995), khususnya dimensi *ability* dan *integrity*. Kemampuan institusi dalam menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu dapat dipersepsikan sebagai bentuk kompetensi komunikasi, sedangkan konsistensi antara informasi yang disampaikan dan pertanggungjawaban institusi berkaitan dengan persepsi integritas. Meskipun demikian, keterbukaan informasi tidak secara otomatis menghasilkan kepercayaan. Masyarakat juga dapat mempertimbangkan kesesuaian informasi dengan pengalaman, bukti yang tersedia, dan tindakan institusi.

Secara konseptual, temuan ini menempatkan transparansi sebagai fondasi kredibilitas informasi dalam model *Integrated Digital Trust Communication* (IDTC). Perannya tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan komunikasi dialogis. Transparansi menyediakan informasi yang dapat dinilai oleh masyarakat, sedangkan komunikasi dialogis memberikan ruang bagi publik untuk meminta penjelasan, mengajukan pertanyaan, dan menyampaikan kritik. Dengan demikian, kredibilitas tidak hanya dibangun melalui ketersediaan informasi, tetapi juga melalui keterbukaan institusi terhadap tanggapan publik.

2. Komunikasi Dialogis sebagai Mekanisme Hubungan Dua Arah

Komunikasi dialogis merupakan dimensi kedua yang diidentifikasi dalam pembentukan kepercayaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak cukup dipahami sebagai sarana penyebaran informasi dari institusi kepada masyarakat. Ruang digital

juga memungkinkan masyarakat mengajukan pertanyaan, menyampaikan kritik, dan mengemukakan aspirasi yang memerlukan respons dari institusi.

Dalam konteks komunikasi Polri, dimensi dialogis menjadi relevan karena masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang menilai, mempertanyakan, dan memberikan tanggapan terhadap komunikasi institusi. Kondisi tersebut menuntut pengelolaan komunikasi yang memperhatikan kualitas respons, relevansi jawaban, dan keberlanjutan interaksi. Kehadiran kolom komentar atau tingginya jumlah interaksi tidak dengan sendirinya menunjukkan berlangsungnya komunikasi dialogis. Dialog memerlukan respons yang relevan dan kesediaan institusi untuk mempertimbangkan masukan publik.

Temuan tersebut dapat dianalisis menggunakan *Excellence Theory* yang dikembangkan dalam kajian (Grunig dkk., 2003). Perspektif ini membantu menjelaskan pentingnya komunikasi dua arah dalam membangun hubungan antara organisasi dan publik. Dalam penerapannya pada komunikasi digital Polri, komunikasi dialogis dapat dipahami sebagai pergeseran dari pola komunikasi yang berorientasi pada penyampaian pesan menuju pola komunikasi yang juga memperhatikan tanggapan masyarakat.

Kontribusi analitis temuan ini terletak pada penempatan dialog sebagai mekanisme yang melengkapi transparansi. Informasi yang terbuka memungkinkan masyarakat mengetahui posisi institusi, sedangkan dialog memungkinkan masyarakat memperoleh klarifikasi dan menyampaikan penilaian terhadap informasi tersebut. Hubungan ini memperlihatkan bahwa kredibilitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara institusi merespons publik.

Dalam model IDTC, transparansi informasi dan komunikasi dialogis ditempatkan pada tahap pembentukan kredibilitas informasi. Penempatan tersebut merupakan proposisi konseptual yang menjelaskan hubungan fungsional kedua dimensi, bukan klaim bahwa keduanya secara otomatis menyebabkan terbentuknya kepercayaan. Kepercayaan tetap bergantung pada bagaimana masyarakat menilai konsistensi komunikasi dan tindakan institusi dalam situasi yang berbeda.

3. Manajemen Isu Digital sebagai Mekanisme Responsivitas Institusi

Manajemen isu digital merupakan dimensi yang berkaitan dengan kemampuan institusi mengenali dan merespons perkembangan persoalan dalam ruang digital. Hasil penelitian mengidentifikasi pemantauan percakapan digital secara berkelanjutan sebagai bagian penting dari pengelolaan isu yang berpotensi berkembang menjadi persoalan reputasi. Pemantauan tersebut perlu diikuti dengan proses identifikasi, verifikasi informasi, penentuan prioritas, dan penyusunan respons yang sesuai dengan substansi persoalan.

Dalam konteks Polri, dinamika komunikasi digital dapat membuat suatu peristiwa atau informasi memperoleh perhatian publik dalam waktu singkat. Ketika informasi beredar sebelum klarifikasi yang memadai tersedia, masyarakat dapat membentuk penilaian berdasarkan informasi yang belum lengkap. Oleh sebab itu, manajemen isu digital perlu dipahami sebagai proses pengelolaan komunikasi yang berorientasi pada pemahaman terhadap persoalan publik, bukan sekadar upaya mempertahankan citra organisasi.

Temuan ini berkaitan dengan perspektif manajemen komunikasi strategis yang menekankan pentingnya perencanaan, pemantauan lingkungan komunikasi, dan penyesuaian pesan berdasarkan situasi yang dihadapi organisasi. Perspektif *New Media Theory* yang dibahas (McQuail & Deuze, 2020) juga relevan untuk memahami karakter ruang digital sebagai lingkungan komunikasi yang memungkinkan informasi beredar dan memperoleh respons secara cepat. Kedua perspektif tersebut membantu menjelaskan mengapa pengelolaan isu

membutuhkan proses yang berkelanjutan, bukan hanya respons setelah suatu persoalan menjadi perhatian luas.

Secara analitis, manajemen isu digital perlu dibedakan dari komunikasi krisis. Manajemen isu berorientasi pada identifikasi dan penanganan persoalan yang berkembang, sedangkan komunikasi krisis berfokus pada penyampaian informasi dan pertanggungjawaban ketika suatu situasi telah menuntut respons krisis. Pembedaan ini penting agar kedua dimensi tidak diperlakukan sebagai konsep yang sama.

Dalam model IDTC, manajemen isu digital ditempatkan pada tahap penguatan kepercayaan karena memperlihatkan kemampuan institusi dalam merespons dinamika persoalan publik secara berkelanjutan. Penempatan tersebut memperluas fungsi komunikasi digital dari aktivitas penyampaian pesan menjadi mekanisme pengelolaan hubungan institusi dengan masyarakat. Namun, keberhasilan manajemen isu tidak dapat dinilai hanya berdasarkan kecepatan respons; ketepatan informasi, relevansi penanganan, dan konsistensi tindakan tetap perlu diperhatikan.

4. Komunikasi Krisis sebagai Ujian Kredibilitas dan Akuntabilitas

Komunikasi krisis merupakan dimensi penting dalam strategi komunikasi digital karena situasi krisis dapat meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang jelas, cepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hasil penelitian menempatkan kecepatan, akurasi, dan empati sebagai karakteristik komunikasi yang relevan dalam menjaga kredibilitas institusi ketika menghadapi persoalan yang memperoleh perhatian publik.

Dalam konteks Polri, komunikasi krisis memiliki karakteristik khusus karena persoalan yang dikomunikasikan dapat berkaitan dengan pelaksanaan tugas kepolisian, keamanan masyarakat, maupun pertanggungjawaban atas tindakan institusional. Pada situasi demikian, masyarakat tidak hanya memerlukan penjelasan mengenai peristiwa yang terjadi, tetapi juga kejelasan mengenai tindakan yang telah dilakukan, informasi yang masih diverifikasi, serta langkah tindak lanjut yang dapat disampaikan secara bertanggung jawab.

Temuan ini dapat diinterpretasikan melalui teori kepercayaan (Mayer dkk., 1995). Kemampuan institusi memberikan penjelasan yang akurat berkaitan dengan dimensi *ability*, sedangkan konsistensi dan kesediaan mempertanggungjawabkan tindakan berkaitan dengan dimensi *integrity*. Sementara itu, komunikasi yang menunjukkan perhatian terhadap dampak suatu peristiwa bagi masyarakat dapat dibahas melalui dimensi *benevolence*. Ketiga dimensi tersebut membantu menjelaskan bahwa penilaian publik terhadap institusi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menyampaikan pesan, tetapi juga dengan persepsi mengenai integritas dan orientasi institusi terhadap kepentingan masyarakat.

Komunikasi krisis juga memperlihatkan perbedaan antara penyampaian informasi yang cepat dan komunikasi yang dapat dipercaya. Kecepatan tanpa verifikasi berpotensi menghasilkan informasi yang keliru, sedangkan informasi yang akurat tetapi terlambat dapat memperbesar ketidakpastian. Oleh karena itu, komunikasi krisis memerlukan keseimbangan antara kecepatan, akurasi, empati, dan akuntabilitas.

Dalam model IDTC, komunikasi krisis ditempatkan bersama manajemen isu digital pada tahap penguatan kepercayaan. Keduanya memiliki fungsi yang berbeda tetapi saling melengkapi: manajemen isu membantu institusi mengenali dan menangani perkembangan persoalan, sedangkan komunikasi krisis menyediakan kerangka respons ketika situasi menuntut penjelasan dan pertanggungjawaban yang lebih intensif. Penempatan ini menegaskan bahwa kepercayaan perlu dipelihara melalui praktik komunikasi yang konsisten, terutama ketika institusi menghadapi situasi yang berpotensi menguji kredibilitasnya.

5. Partisipasi Publik sebagai Dasar Keberlanjutan Hubungan Institusi–Masyarakat

Partisipasi publik merupakan dimensi kelima dalam model IDTC. Hasil penelitian menempatkan keterlibatan masyarakat sebagai unsur yang berpotensi memperkuat hubungan antara institusi dan publik. Partisipasi tidak terbatas pada aktivitas memberikan komentar atau membagikan informasi, tetapi juga mencakup kesempatan masyarakat menyampaikan aspirasi, memberikan masukan, dan terlibat dalam interaksi komunikasi yang relevan.

Dalam konteks Polri, partisipasi publik penting karena hubungan antara institusi kepolisian dan masyarakat tidak hanya berlangsung ketika suatu peristiwa menjadi perhatian, tetapi juga melalui komunikasi yang berkelanjutan. Ruang digital dapat menyediakan saluran bagi masyarakat untuk menyampaikan kebutuhan dan tanggapan. Namun, keberadaan saluran tersebut belum cukup untuk menunjukkan partisipasi yang bermakna. Kualitas partisipasi juga bergantung pada apakah masukan masyarakat memperoleh perhatian dan bagaimana institusi menanggapi masukan tersebut.

Perspektif *Excellence Theory* membantu menjelaskan partisipasi sebagai bagian dari hubungan dua arah antara organisasi dan publik. Sementara itu, *New Media Theory* memberikan konteks untuk memahami bagaimana media digital membuka peluang interaksi yang lebih luas. Dalam kerangka ini, partisipasi publik tidak semata-mata dipandang sebagai indikator aktivitas media sosial, tetapi sebagai kesempatan membangun hubungan komunikasi yang lebih responsif.

Kontribusi analitis temuan ini adalah penempatan partisipasi pada tahap institusionalisasi kepercayaan. Tahap tersebut mengacu pada gagasan bahwa hubungan yang telah dibangun melalui keterbukaan, dialog, dan respons terhadap isu perlu dipelihara melalui keterlibatan publik yang berkelanjutan. Istilah *institusionalisasi kepercayaan* dalam model ini tidak berarti kepercayaan telah terbentuk secara permanen atau berlaku bagi seluruh masyarakat. Istilah tersebut menggambarkan orientasi konseptual menuju hubungan institusi–publik yang lebih berkelanjutan.

Dengan demikian, partisipasi publik menjadi bagian dari upaya mempertahankan hubungan komunikasi, bukan sekadar instrumen untuk memperoleh dukungan terhadap institusi. Penafsiran ini juga menempatkan masyarakat sebagai pihak yang aktif dalam hubungan komunikasi, bukan hanya sebagai penerima pesan atau objek pembentukan citra.

6. Sintesis Temuan dan Pengembangan Model Integrated Digital Trust Communication (IDTC)

Sintesis atas lima dimensi penelitian menghasilkan model *Integrated Digital Trust Communication* (IDTC), yaitu kerangka konseptual yang menjelaskan hubungan fungsional antara praktik komunikasi digital dan proses pembentukan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. Model ini mengintegrasikan transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik dalam tiga tahapan konseptual.

Tahap pertama adalah pembentukan kredibilitas informasi, yang mencakup transparansi informasi dan komunikasi dialogis. Transparansi menyediakan informasi yang dapat diakses dan dinilai oleh masyarakat, sedangkan komunikasi dialogis membuka ruang klarifikasi dan tanggapan. Keduanya menjadi dasar bagi masyarakat untuk menilai kredibilitas komunikasi institusi.

Tahap kedua adalah penguatan kepercayaan, yang mencakup manajemen isu digital dan komunikasi krisis. Pada tahap ini, perhatian tidak hanya diarahkan pada penyampaian informasi, tetapi juga pada kemampuan institusi mengenali perkembangan persoalan, merespons kebutuhan informasi, serta mempertanggungjawabkan komunikasi dalam situasi

yang menuntut penanganan khusus. Tahap ini menekankan pentingnya konsistensi komunikasi ketika institusi menghadapi perubahan situasi dan perhatian publik.

Tahap ketiga adalah institusionalisasi kepercayaan, yang menempatkan partisipasi publik sebagai bagian dari pemeliharaan hubungan antara institusi dan masyarakat. Partisipasi memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menyampaikan masukan dan terlibat dalam interaksi komunikasi. Keberlanjutan hubungan tersebut bergantung pada respons institusi dan pengalaman masyarakat dalam berinteraksi, sehingga tidak dapat diasumsikan terbentuk hanya karena tersedia saluran partisipasi.

Perbedaan utama model IDTC dari pendekatan yang hanya mengidentifikasi faktor-faktor pembentuk kepercayaan terletak pada upayanya menjelaskan hubungan antardimensi dalam satu alur konseptual. Transparansi dan dialog ditempatkan sebagai fondasi kredibilitas; manajemen isu dan komunikasi krisis sebagai mekanisme penguatan kepercayaan; serta partisipasi publik sebagai orientasi keberlanjutan hubungan institusi–masyarakat. Dengan demikian, kebaruan yang ditawarkan tidak terletak pada klaim bahwa kelima dimensi tersebut sepenuhnya baru, melainkan pada pengorganisasian fungsional dan tahapan konseptual yang menghubungkan kelimanya dalam konteks komunikasi digital Divisi Humas Polri.

Secara teoretis, model IDTC mempertemukan perspektif manajemen komunikasi strategis, *Excellence Theory*, *New Media Theory*, dan teori kepercayaan (Mayer dkk., 1995). Manajemen komunikasi strategis membantu menjelaskan pengelolaan isu dan respons komunikasi; *Excellence Theory* memberikan landasan untuk memahami dialog dan hubungan organisasi publik; *New Media Theory* menjelaskan konteks interaksi digital; sedangkan teori kepercayaan membantu menguraikan bagaimana kompetensi, integritas, dan orientasi terhadap kepentingan pihak lain dapat menjadi pertimbangan dalam penilaian publik terhadap institusi. Integrasi ini berfungsi sebagai kerangka interpretasi, bukan bukti bahwa masing-masing teori secara terpisah telah diuji dalam penelitian ini.

Secara praktis, IDTC dapat digunakan sebagai kerangka awal untuk merancang strategi komunikasi digital Divisi Humas Polri. Penerapannya dapat diarahkan pada penyediaan informasi yang akurat dan konsisten, pengelolaan dialog yang responsif, pemantauan isu secara berkelanjutan, komunikasi krisis yang akuntabel, dan penguatan ruang partisipasi publik. Namun, model ini masih perlu diuji lebih lanjut melalui penelitian empiris yang melibatkan konteks, kelompok masyarakat, dan indikator kepercayaan yang beragam. Oleh karena itu, IDTC perlu dipahami sebagai model konseptual yang dihasilkan dari sintesis penelitian, bukan sebagai model kausal yang efektivitasnya telah terbukti secara kuantitatif.

Simpulan

Penelitian ini mengidentifikasi lima dimensi utama dalam strategi komunikasi digital Divisi Humas Polri untuk membangun kepercayaan publik, yaitu transparansi informasi, komunikasi dialogis, manajemen isu digital, komunikasi krisis, dan partisipasi publik. Kelima dimensi tersebut disintesiskan ke dalam model *Integrated Digital Trust Communication* (IDTC) yang terdiri atas tiga tahapan konseptual: pembentukan kredibilitas informasi melalui transparansi dan dialog, penguatan kepercayaan melalui manajemen isu dan komunikasi krisis, serta institusionalisasi kepercayaan melalui partisipasi publik.

Secara teoretis, model IDTC berkontribusi pada kajian komunikasi digital sektor publik dengan menjelaskan hubungan fungsional antara lima dimensi komunikasi dan tahapan pembentukan kepercayaan publik. Kontribusi model ini tidak terletak pada anggapan bahwa setiap dimensi merupakan konsep baru, melainkan pada integrasi dan pengorganisasiannya dalam satu kerangka konseptual yang menghubungkan kredibilitas informasi, respons institusional, dan keberlanjutan hubungan antara institusi dan masyarakat.

Secara praktis, model IDTC dapat menjadi kerangka acuan awal bagi Divisi Humas Polri dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih transparan, dialogis, responsif terhadap perkembangan isu, akuntabel dalam situasi krisis, dan terbuka terhadap partisipasi masyarakat. Penerapan model ini perlu disesuaikan dengan konteks komunikasi dan karakteristik publik yang dihadapi. Efektivitas model dalam meningkatkan kepercayaan publik masih perlu dikaji lebih lanjut melalui penelitian empiris pada konteks dan kelompok masyarakat yang beragam.

Daftar Pustaka

Amelia, N., & Wahid, U. (2025). Komunikasi Strategis Public Relations dan Praktik Account Management dalam Mendukung Transformasi Digital di Sektor Publik. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4*(4), 1722–1736. https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.6009

Anagusti, T. T., Ayuningtyas, F., & Venus, A. (2024). Crisis Communication Strategy in the Digital Era at the Ministry of Finance of the Republic of Indonesia's Directorate General of Taxes. *Jurnal Riset Komunikasi, 7*(1), 1–14. https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.914

Andersson, R. (2025). Strategic Communication and Value Creation: A Process Theoretical Understanding of Value Formation in Strategic Communication Management. *Public Relations Review, 51*(2), 102559. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102559

Arif, R. N., & Syahrir, R. (2025). The Transformation of Policy Communication Through Social Media: A Theoretical Approach to Digital Governance. *Proceeding of The 5th ASPIKOM International Communication Conference (AICCON 2025)*. https://doi.org/10.31947/aiccon2025.v1i1.47657

Castells, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* (Second ed.). Polity Press.

Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The Mediated Construction of Reality*. John Wiley & Sons.

DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. Kepios. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia

Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2003). *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Excellence in Three Countries and Multiple Organizations*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781410606617

Haryadi, A. T. (2024). Peran Media Sosial dalam Mendorong Transparansi dan Akuntabilitas Administrasi Publik. *Indonesian Research Journal on Education, 4*(4). https://doi.org/10.31004/irje.v4i4.1613

Jumalia Mannayong, Muh. Rizal S, Herling, & Muhammad Faisal. (2024). Transformasi digital dan partisipasi masyarakat: Mewujudkan keterlibatan publik yang lebih aktif. *Jurnal Administrasi Publik, 20*(1), 53–75. https://doi.org/10.52316/jap.v20i1.260

Kim, S., Manoli, A. E., & Pyun, D. Y. (2025). The Effect of Government-Public Relationships on Residents' Support in Mega Sport Events: A Moderating Effect of Government Crisis Response. *Leisure Studies, 44*(3), 523–539. https://doi.org/10.1080/02614367.2024.2328093

Krismasakti, R. B., Perdana, A. G., Ningsih, C., & Dewi, Y. R. (2022). Cyber PR Tangsel.Life dalam mensosialisasikan program melalui media sosial di era pandemi Covid-19. *Jurnal Cyber PR, 2*(1), 49–59. https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i1.2125

Kriyantono, R. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Kencana. https://books.google.co.id/books?id=hey2DwAAQBAJ

Kurnia, M., Sunarto, S., & Santoso, P. Y. (2023). Pencarian Strategi Kehumasan Penanganan Covid-19 dan Penerapannya di Kalangan Warga dengan Ketidakpercayaan pada Pemerintah (Political Distrust) di Kecamatan Garut Kota. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi, 9*(2), 99–109. https://doi.org/10.32509/dinamika.v9i2.4286

Manullang, J., & Rahmanita. (2025). Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi dan Transparansi Informasi terhadap Kepercayaan Audiens dan Tingkat Keterlibatan di Media Digital TVRI. *Medium, 13*(1). https://doi.org/10.25299/medium.v13i1.20166

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, *20*(3), 709–734. https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335

McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory* (7th ed.). SAGE Publications.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. SAGE Publications, Inc. https://doi.org/10.4135/9781412995658

Nugroho, A. P., Sunarto, S., & Prasetya, H. (2024). Strategi Komunikasi PT Angkasa Pura I dalam Membangun Kepercayaan Publik Menggunakan Jasa Penerbangan Melalui Kampanye 'Terbang Lagi'. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi, 10*(1), 52–75. https://doi.org/10.32509/dinamika.v10i1.4305

Permana, P. H. I., Hamad, I., & Damayanti, N. (2025). Audit Konten Media Sosial Cooling System Polri Di Pilpres 2024. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi, 11*(1), 117–130. https://doi.org/10.32509/dinamika.v11i1.5306

Ricardo, R., Saputra, S., & Nurprameswari, S. (2026). Reputasi organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika melalui media sosial Instagram di Kota Palembang. *Network Media, 9*(1). https://doi.org/10.46576/jnm.v9i1.7523

Sastrawan, A., & Rahmawati, D. E. (2025). Building Public Trust Through Government Communication Strategies: A Case Study of Tapera Policies in Indonesia. *Jurnal Trias Politika, 9*(2), 249–264. https://doi.org/10.33373/jtp.v9i2.8098

Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *IAPA Proceedings Conference*. https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059

Zunianantа, L. E. (2023). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, 10*(4), 37–42. https://doi.org/10.14710/jip.v10i4.37-42