

Audit Konten Media Sosial *Cooling System* Polri Di Pilpres 2024

Prisma Hanindita Inggit Permana^{1*}, Ibnu Hamad², Novita Damayanti¹

¹Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia

²Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email korespondensi: prismapermana13@gmail.com

Abstract

Nusantara Cooling system Operation campaign implemented by Polri through social media aims to mitigate political polarization, counter hoaxes, and maintain social stability during the 2024 Presidential Election (Pilpres 2024). However, its effectiveness has never been Systematically audited. This study audits the social media content of Polri's Public Relations Division (Facebook, Instagram, X/Twitter) during the Nusantara Cooling system Operation in the election campaign period. This research employs a qualitative approach using Qualitative Content Analysis (QCA), with data collected through social media communication audits and in-depth interviews with officials from Polri's Public Relations Division and digital communication experts. The findings indicate that the social media content of Polri's Public Relations Division (Facebook, Instagram, X/Twitter) during the Nusantara Cooling system Operation in the election campaign period has successfully built narratives of peace and neutrality but still faces challenges in responding swiftly to viral issues and building public trust. Semiotic analysis reveals that Cooling system content constructs Polri's image as the guardian of social stability, yet some of the public remains skeptical about Polri's neutrality. The primary recommendations include enhancing interactive communication strategies, real-time monitoring, and perception-based evaluation to strengthen campaign effectiveness.

Keywords: *Communication Audit; Social Media; Cooling System; Presidential Campaign; Polri Public Relations*

Abstrak

Operasi Nusantara *Cooling system* yang dijalankan oleh Polri melalui media sosial bertujuan untuk meredam polarisasi politik, menangkal hoaks, dan menjaga stabilitas sosial selama Pilpres 2024. Namun, efektivitas kampanye ini belum pernah diaudit secara sistematis. Penelitian ini mengaudit konten media sosial Divisi Humas Polri (Facebook, Instagram, X/Twitter) selama Operasi Nusantara *Cooling system* dalam masa kampanye Pilpres 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif (Qualitative Content Analysis), dengan data yang dikumpulkan melalui audit komunikasi media sosial dan wawancara mendalam dengan pejabat Divisi Humas Polri serta pakar komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten media sosial Divisi Humas Polri (Facebook, Instagram, X/Twitter) selama Operasi Nusantara *Cooling system* dalam masa kampanye Pilpres 2024 telah membangun narasi perdamaian dan netralitas, tetapi masih menghadapi tantangan dalam merespons isu viral secara cepat dan membangun kepercayaan publik. Analisis semiotika menunjukkan bahwa konten *Cooling system* membangun citra Polri sebagai penjaga stabilitas sosial, namun sebagian publik masih skeptis terhadap netralitas Polri. Rekomendasi utama adalah meningkatkan strategi komunikasi interaktif, monitoring *real-time*, dan evaluasi berbasis persepsi publik untuk memperkuat efektivitas kampanye.

Kata Kunci: Audit Komunikasi; Media Sosial; *Cooling System*; Kampanye Pilpres; Humas Polri

PENDAHULUAN

Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri) memiliki fungsi utama sebagai pemelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, sebagaimana diatur dalam Pasal (2) Undang-Undang Kepolisian Negara Republik Indonesia Tahun 2002. Pada Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) 2024, peran Polri menjadi sangat penting dalam menjaga kondusivitas sosial dan politik agar pemilu berlangsung aman dan damai. Salah satu langkah yang dilakukan adalah melalui kampanye *Cooling system* yang dikelola oleh Divisi Hubungan Masyarakat (Humas) Polri. Kampanye ini bertujuan untuk menyebarkan pesan persatuan, perdamaian, serta toleransi guna meredam potensi konflik sosial di media digital.

Media sosial dipilih sebagai platform utama dalam kampanye *Cooling system* karena daya jangkauannya yang luas serta kemampuannya dalam membangun komunikasi interaktif dengan masyarakat. Menurut *We Are Social* (We Are Social & Meltwater, 2023), jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 170 juta jiwa dengan durasi penggunaan rata-rata lebih dari tiga jam per hari. Namun, tantangan besar dalam pemanfaatan media sosial adalah tingginya penyebaran hoaks dan ujaran kebencian yang dapat meningkatkan polarisasi di masyarakat (Pakpahan, 2021; Wulandari, 2023)

Dalam konteks ini, efektivitas kampanye *Cooling system* perlu dievaluasi secara sistematis untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan mampu membangun opini publik yang positif dan menjaga stabilitas sosial selama masa kampanye Pilpres.

Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi publik pemerintah merupakan bagian dari strategi kehumasan yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi serta keterlibatan masyarakat dalam proses demokrasi (Nainggolan, 2024). Pemerintah dan lembaga publik dapat menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi dengan lebih cepat dan efisien, serta membangun interaksi dua arah dengan masyarakat (Nainggolan, 2024). Media sosial juga dapat menjadi alat dokumentasi yang memungkinkan pemantauan opini publik secara *real-time*, yang dapat digunakan sebagai indikator efektivitas suatu kebijakan atau kampanye publik. Dalam ranah politik, media sosial sering digunakan untuk menyebarluaskan program kerja, membangun citra kandidat, serta memobilisasi dukungan publik (Tarigan et al., 2024).

Dalam konteks kampanye *Cooling system*, Polri memanfaatkan *platform* seperti Facebook, Instagram, dan X/Twitter untuk menyebarluaskan pesan yang berorientasi pada perdamaian dan netralitas kepolisian dalam Pilpres. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), sebanyak 79,5% populasi Indonesia telah memiliki akses internet, yang menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam memperoleh dan menyebarkan informasi. Namun, seiring meningkatnya jumlah pengguna internet, jumlah hoaks yang beredar di media sosial juga mengalami peningkatan signifikan. Mafindo (2023) mencatat bahwa jumlah hoaks di media sosial meningkat dari 1.698 kasus pada

tahun 2022 menjadi lebih dari 2.100 kasus pada tahun 2019, menunjukkan bahwa menjelang pemilu, penyebaran informasi yang salah semakin meningkat (Murfianti, 2019).

Berdasarkan pengalaman Pilpres 2019, penyebaran hoaks dan ujaran kebencian di media sosial telah terbukti memicu ketegangan sosial yang berujung pada demonstrasi dan kerusuhan di beberapa wilayah, termasuk di Jakarta (Tarigan et al., 2024). Polri menyadari bahwa untuk mengatasi tantangan tersebut, perlu adanya langkah antisipatif yang sistematis, salah satunya melalui penyebaran narasi positif yang dapat meredam provokasi politik di media sosial. Dalam implementasi *Cooling system*, Polri juga mengaktifkan *Virtual Police* yang bertugas memberikan peringatan kepada pengguna media sosial yang menyebarkan konten berpotensi menimbulkan konflik (Pakpahan, 2021)

Untuk memastikan bahwa kampanye *Cooling system* berjalan sesuai dengan tujuan komunikasi publik yang telah ditetapkan, diperlukan audit komunikasi. Odiorne (1954) mendefinisikan audit komunikasi sebagai kajian sistematis terhadap efektivitas sistem komunikasi organisasi dalam mencapai tujuannya (Jamil et al., 2023). Audit komunikasi berfungsi untuk menilai apakah konten yang dipublikasikan sesuai dengan standar komunikasi organisasi serta mengidentifikasi hambatan dalam penyebaran pesan (Pandiangan & Shafa, 2020). Dalam penelitian ini, audit komunikasi digunakan untuk mengevaluasi efektivitas konten *Cooling system* yang dipublikasikan oleh Polri di media sosial.

Selain audit komunikasi, penelitian ini juga menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna yang terkandung dalam konten *Cooling system*. Barthes (1968) menjelaskan bahwa dalam setiap komunikasi, terdapat tiga lapisan makna: denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merujuk pada makna literal dari suatu tanda, konotasi adalah interpretasi subjektif berdasarkan konteks sosial, sementara mitos merupakan konstruksi ideologis yang membentuk pemahaman kolektif dalam masyarakat (Soedjarwo & Retnoningsih, 2024). Analisis ini digunakan untuk memahami bagaimana pesan *Cooling system* dikonstruksikan melalui visual dan teks dalam media sosial, serta bagaimana publik menafsirkannya.

Dalam teori *Public Relations*, kampanye *Cooling system* dapat dikaitkan dengan *Model Two-Way Symmetrical Communication*, yang menekankan pentingnya interaksi timbal balik antara institusi pemerintah dan masyarakat dalam membangun kepercayaan (Grunig & Hunt, 1984). Pendekatan ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi publik tidak hanya bergantung pada penyebaran informasi, tetapi juga pada sejauh mana masyarakat terlibat dalam dialog yang konstruktif.

Selain itu, strategi *Cooling system* dapat dievaluasi menggunakan Model SOSTAC (Reed, 2014), yang terdiri dari *Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, dan Control*. Model ini membantu dalam merancang strategi komunikasi yang lebih terstruktur dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi efektivitas kampanye (Nainggolan, 2024; Reed, 2014). Dalam penelitian ini, model SOSTAC digunakan untuk mengevaluasi tahapan perencanaan, produksi, serta distribusi konten *Cooling system* guna memastikan kesesuaiannya dengan tujuan kampanye.

Media sosial memiliki potensi besar dalam membangun opini publik dan

menciptakan lingkungan yang kondusif jika digunakan dengan strategi komunikasi yang tepat. Astri, Wulan & Soni (Astri et al., 2023) menekankan bahwa untuk meningkatkan efektivitas media sosial dalam menjaga stabilitas sosial, pemerintah perlu mendorong produksi konten yang bersifat positif dan edukatif. Kampanye digital yang dilakukan oleh lembaga pemerintah akan lebih efektif jika melibatkan influencer serta tokoh masyarakat yang memiliki kredibilitas tinggi dalam menyampaikan pesan publik.

Beberapa studi terdahulu telah menegaskan urgensi audit komunikasi dan analisis konten media sosial dalam konteks kampanye publik yang dijalankan oleh lembaga pemerintahan. Sebagai contoh, penelitian oleh Pandiangan dan Shafa (2020) terhadap akun Instagram @jokowi yang dikelola oleh Tim Komunikasi Digital Presiden menunjukkan bahwa praktik komunikasi publik tersebut telah memenuhi pedoman audit komunikasi pemerintah, khususnya pada aspek struktur organisasi, kualitas isi pesan, dan efektivitas proses komunikasi. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan konten digital yang sistematis dan berbasis audit merupakan elemen krusial dalam mendukung tujuan strategis kelembagaan.

Sebaliknya, Saputri et al. (2021) melalui audit komunikasi terhadap akun @kemenparekraf.ri selama krisis COVID-19, menemukan sejumlah kelemahan dalam sistem monitoring konten dan ketidakkonsistenan dalam pelaksanaan komunikasi publik. Studi ini merekomendasikan perlunya penguatan strategi komunikasi digital serta optimalisasi sistem umpan balik (feedback mechanism) sebagai prasyarat untuk membangun kepercayaan publik yang berkelanjutan, khususnya dalam kondisi krisis.

Dalam konteks pemilu, strategi komunikasi digital memiliki peran yang jauh melampaui fungsi informatif semata. Ia menjadi instrumen vital dalam membentuk opini publik dan konstruksi citra kelembagaan. Studi Wicaksana dan Adiprabowo (2025) tentang akun @kitabisa.com menunjukkan bahwa keberhasilan kampanye sosial di media digital sangat ditentukan oleh kesinambungan pesan, kedalaman narasi, serta kemampuan strategi komunikasi dalam mendorong partisipasi aktif audiens. Temuan ini relevan dengan konteks kampanye *Cooling system* Polri yang meskipun berhasil membangun narasi persatuan dan netralitas, namun masih menghadapi tantangan dalam mengubah keterlibatan pasif menjadi interaksi dua arah yang bermakna.

Sejalan dengan itu, Jamil, Hamad, dan Sari (2023) dalam analisis mereka mengenai personal branding Puan Maharani melalui akun Instagram menyoroti pentingnya konsistensi narasi dan kejelasan identitas dalam membentuk persepsi politik publik. Inkonsistensi dalam konstruksi pesan, menurut mereka, dapat menggerus kepercayaan dan memperlemah efektivitas komunikasi digital. Hal ini sejalan dengan temuan audit *Cooling system* yang menunjukkan bahwa meskipun narasi yang dibangun cenderung netral, publik masih menyimpan skeptisisme terhadap independensi institusi Polri. Oleh karena itu, kedua studi ini memperkuat argumen bahwa kampanye digital yang dilaksanakan oleh lembaga negara harus dirancang secara strategis—menggabungkan kesinambungan pesan, sensitivitas terhadap persepsi psikologis audiens, dan pendekatan komunikasi partisipatif—agar benar-benar efektif dalam membangun legitimasi dan menjaga stabilitas sosial menjelang pemilu.

Namun demikian, hingga kini belum ditemukan studi yang secara spesifik dan mendalam mengkaji praktik audit komunikasi serta konstruksi makna simbolik dari konten media sosial yang diproduksi oleh institusi kepolisian, terutama dalam konteks kampanye *Cooling system* selama Pemilihan Presiden. Kebanyakan penelitian terdahulu yang membahas komunikasi digital pemerintah masih berfokus pada aspek deskriptif dan performatif—seperti jumlah tayangan, strategi penyebaran konten, atau bentuk visualisasi pesan—tanpa menyentuh secara kritis bagaimana struktur pesan dibangun dan dimaknai oleh publik dalam kerangka institusional yang sarat kepentingan politik dan sensitivitas kepercayaan publik. Padahal, institusi seperti kepolisian memiliki peran strategis dalam demokrasi digital, karena bukan hanya bertanggung jawab secara fungsional atas keamanan pemilu, tetapi juga secara simbolik atas citra netralitas dan integritas negara di tengah polarisasi.

Secara metodologis, belum ada penelitian yang memadukan pendekatan audit komunikasi organisasi, teori semiotika Roland Barthes (1968), serta kerangka *Two-Way Symmetrical Communication Model* dalam mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi digital kepolisian. Padahal, kombinasi ketiganya penting untuk memahami tidak hanya apa yang dikomunikasikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikonstruksi, diterima, ditafsirkan, dan berdampak terhadap persepsi publik yang semakin kritis dalam ekosistem digital. Dengan kata lain, terdapat kekosongan akademik dalam menjembatani analisis antara konten simbolik, mekanisme komunikasi, dan penerimaan publik secara utuh—terutama pada institusi yang selama ini berada dalam sorotan publik seperti Polri.

Kesenjangan konseptual dan empirik inilah yang hendak dijembatani oleh penelitian ini. Dengan mengintegrasikan pendekatan audit komunikasi sebagai alat evaluatif formal, semiotika Barthes sebagai pisau analisis makna dalam struktur simbolik, serta model komunikasi dua arah sebagai indikator ideal partisipasi publik dalam komunikasi negara, studi ini bertujuan untuk mengevaluasi secara komprehensif dan kritis bagaimana strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Divisi Humas Polri dalam kampanye *Cooling system* berkontribusi terhadap pembentukan citra kelembagaan dan penjagaan stabilitas sosial selama masa kampanye nasional.

Di sisi lain, meskipun pelaksanaan *Cooling system* oleh Polri selama Pilpres 2024 telah dilakukan secara sistematis dan berbasis perencanaan yang cukup terstruktur, tantangan utama yang masih dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa narasi positif yang dibangun tetap lebih dominan dan meyakinkan dibandingkan dengan gelombang disinformasi, hoaks, dan ujaran kebencian yang terus berkembang secara agresif di ruang digital. Ketidakseimbangan antara produksi pesan resmi dengan kecepatan penyebaran wacana alternatif atau provokatif di media sosial dapat mengaburkan efektivitas pesan institusi negara dan bahkan menimbulkan disonansi persepsi di kalangan publik.

Situasi ini menegaskan bahwa keberhasilan kampanye komunikasi negara di era digital tidak dapat lagi hanya diukur dari keterjangkauan atau visualisasi pesan, tetapi dari kemampuan institusi dalam merespons isu secara cepat, membangun kepercayaan, dan membuka ruang interaksi publik yang bermakna. Dengan kata lain, komunikasi yang bersifat satu arah dan sekadar simbolik tidak

lagi cukup. Yang dibutuhkan adalah transformasi strategi komunikasi Polri menuju pendekatan yang lebih partisipatif, interaktif, dan reflektif terhadap persepsi publik yang terus berubah.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengaudit konten media sosial yang dipublikasikan oleh Divisi Humas Polri melalui platform Facebook, Instagram, dan X/Twitter selama masa kampanye Pilpres 2024, dengan menguji kesesuaiannya terhadap pedoman komunikasi publik serta efektivitasnya dalam mencapai tujuan strategis *Cooling system*. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis makna simbolik dan ideologis yang terkandung dalam konten tersebut, serta mengevaluasi tingkat partisipasi dan persepsi publik terhadap narasi yang dibangun. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoretis bagi pengembangan strategi komunikasi digital kelembagaan, khususnya dalam konteks pemilu yang sarat tantangan legitimasi, persepsi publik, dan stabilitas demokrasi digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif, yang bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana pesan-pesan dalam kampanye *Cooling system* dikomunikasikan melalui media sosial resmi milik Polri. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menilai konten dari permukaan, tetapi juga memahami bagaimana narasi dibangun, dimaknai, dan diarahkan untuk membentuk persepsi publik. Analisis dilakukan dengan merujuk pada teori semiotika Roland Barthes (1968), yang mengklasifikasikan makna dalam tiga lapisan: denotatif (makna literal), konotatif (makna berdasarkan konteks sosial), dan mitos (narasi ideologis yang tersembunyi dan membentuk pemahaman kolektif). Dengan demikian, konten digital tidak diposisikan sekadar sebagai informasi, tetapi sebagai alat produksi makna yang mempengaruhi legitimasi dan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian.

Desain Penelitian

Penelitian ini memadukan tiga pendekatan analisis secara terpadu: audit komunikasi organisasi, analisis isi kualitatif, dan semiotika Barthes. Audit komunikasi digunakan sebagai kerangka evaluatif untuk menilai kesesuaian konten dengan pedoman komunikasi publik. Analisis isi kualitatif diterapkan untuk mengidentifikasi pola narasi, tema, dan simbol dalam konten. Teori semiotika Barthes digunakan untuk menganalisis lapisan makna dari konten digital—khususnya dalam memahami bagaimana makna netralitas, persatuan, dan stabilitas dikonstruksikan dalam konteks kampanye politik digital. Kombinasi metode ini memungkinkan peneliti mengevaluasi tidak hanya struktur dan isi pesan, tetapi juga efek simboliknya terhadap persepsi publik.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah para informan kunci yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial Divisi Humas Polri, yaitu:

1. Brigjen. Pol. Gatot Repli Handoko, S.I.K. (Kepala Biro Multimedia)
2. Kombes. Pol. Muhammad Iqbal, S.H., S.I.K., M.Si. (Kabag Produk Kreatif)
3. Christy (Pakar strategi komunikasi digital)

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah adalah konten media sosial yang dipublikasikan oleh akun resmi Divisi Humas Polri melalui platform Facebook, Instagram, dan X/Twitter selama periode 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Konten meliputi teks, gambar, infografis, dan video yang merepresentasikan strategi komunikasi *Cooling system*.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data:

1. Data primer: Konten unggahan dari media sosial resmi Divisi Humas Polri.
2. Data sekunder: Dokumen regulasi (PERKAP No. 6/2023, PERMENPAN No. 27/2011, PERMEN Kominfo No. 31/2015) serta literatur ilmiah terkait komunikasi publik digital dan keamanan pemilu.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua teknik utama:

1. **Audit Komunikasi Media Sosial**
Audit dilakukan untuk mengevaluasi kesesuaian konten *Cooling system* dengan pedoman komunikasi publik. Prosedur audit meliputi:
 - Identifikasi konten berdasarkan waktu dan platform
 - Kategorisasi tema dan narasi konten
 - Analisis interaksi audiens (*likes*, komentar, dan *share*)
 - Pendalaman makna konten menggunakan semiotika (denotasi, konotasi, mitos)
2. **Wawancara**
Wawancara dilakukan terhadap informan kunci untuk menggali strategi, tantangan, dan evaluasi implementasi *Cooling system*. Fokus wawancara meliputi:
 - Perumusan isu kampanye dan desain narasi
 - Strategi merespons hoaks dan ujaran kebencian
 - Penilaian efektivitas dan engagement kampanye

Unit Analisis dan Indikator Audit

Unit analisis dalam penelitian ini adalah setiap unggahan media sosial resmi Divisi Humas Polri yang mengandung pesan terkait *Cooling system*. Unit analisis dikodekan dan diklasifikasi berdasarkan indikator audit komunikasi, yaitu:

1. Konsistensi narasi antar platform
2. Kejelasan pesan utama (perdamaian, netralitas, stabilitas)
3. Respons terhadap isu viral atau disinformasi
4. Tingkat partisipasi dan interaksi publik
5. Penggunaan simbol nasionalisme atau visual ideologis

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. **Pengumpulan dan identifikasi konten** dari media sosial dan hasil wawancara.
2. **Klasifikasi data** berdasarkan indikator audit dan kategori tematik.

3. **Penerapan teori semiotika Barthes** untuk menafsirkan lapisan makna dari konten terpilih.
4. **Interpretasi integratif** untuk mengevaluasi efektivitas, persepsi publik, dan dampak simbolik kampanye *Cooling system* terhadap legitimasi kelembagaan Polri.

Pendekatan kombinatorik ini memungkinkan penelitian menjangkau aspek struktural, fungsional, dan simbolik dari kampanye digital Polri secara utuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Audit Konten Media Sosial Divisi Humas Polri Selama Pilpres 2024

Audit konten media sosial dilakukan untuk menilai efektivitas strategi *Cooling system* dalam komunikasi digital Polri selama masa kampanye Pemilu 2024. Audit ini dilakukan secara sistematis dengan mengevaluasi berbagai aspek, termasuk strategi komunikasi, efektivitas pesan, keterlibatan audiens, respons terhadap hoaks, dan konsistensi narasi di media sosial resmi Divisi Humas Polri.

Dalam proses audit, setiap konten dianalisis berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, yang mencakup aspek regulatif (PERKAP No. 6/2023, PERMENPAN No. 27/2011, dan Permen Kominfo No. 31/2015) serta pendekatan teori Semiotika Roland Barthes untuk memahami makna yang tersirat dalam konten.

1. Strategi Komunikasi dan Efektivitas Pesan

Hasil audit terhadap strategi komunikasi *Cooling system* menunjukkan bahwa kampanye ini telah dirancang sesuai dengan pedoman komunikasi publik dan berhasil membangun narasi yang menekankan perdamaian, persatuan, serta stabilitas politik selama Pemilu 2024. Pesan-pesan tersebut dikemas melalui bahasa persuasif dan format konten yang atraktif seperti infografis, kutipan tokoh, dan video pendek. Pilihan format ini efektif dalam menjangkau audiens media sosial yang cenderung menyukai konten visual cepat cerna, dan sekaligus memperkuat pesan nasionalisme melalui simbol-simbol seperti bendera Merah Putih dan representasi keberagaman masyarakat. Strategi ini sejalan dengan pendekatan SOSTAC (Reed, 2014) yang menekankan pentingnya perencanaan media yang sesuai dengan karakteristik audiens.

Namun demikian, efektivitas kampanye ini masih menghadapi kendala dalam hal responsivitas terhadap isu-isu viral. Beberapa topik sensitif seperti dugaan ketidaknetralan Polri atau polemik keamanan pemilu sempat berkembang di ruang digital tanpa klarifikasi yang cepat dari Divisi Humas. Keterlambatan ini berdampak pada terbukanya ruang spekulasi publik, yang justru bisa mereduksi dampak dari narasi positif yang telah dibangun. Dalam konteks ini, kegagalan merespons isu secara real-time menunjukkan adanya gap antara perencanaan komunikasi dan implementasi taktis di lapangan digital. Padahal, menurut Grunig dan Hunt (1984), keberhasilan strategi komunikasi dua arah tidak hanya terletak pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan institusi untuk mendengar, merespons, dan menyesuaikan pesan berdasarkan dinamika publik.

Tantangan lainnya terletak pada minimnya komunikasi dua arah. Meskipun tingkat keterlibatan publik cukup tinggi secara kuantitatif—ditunjukkan dari

jumlah likes dan komentar—kualitas interaksi masih cenderung pasif. Tidak banyak ruang interaktif yang dibuka untuk publik, seperti sesi diskusi daring, fitur tanya jawab, atau kampanye yang melibatkan tokoh masyarakat dan komunitas digital. Padahal, dalam konteks komunikasi publik modern, partisipasi aktif audiens merupakan indikator penting bagi keberhasilan membangun public trust. *Cooling system* sejauh ini berhasil dalam membangun kesan institusional yang kuat dan konsisten, namun untuk memperdalam dampaknya, perlu dilakukan pergeseran dari komunikasi simbolik ke komunikasi dialogis yang lebih membumi dan adaptif.

2. Makna Semiotika dalam Konten *Cooling system*

Hasil audit menunjukkan bahwa konten *Cooling system* mengandung makna denotatif, konotatif, dan mitos yang memperkuat citra Polri sebagai institusi yang menjaga stabilitas selama Pemilu 2024. Selain konten yang secara langsung membahas isu Pemilu, banyak juga unggahan yang lebih berfokus pada ajakan menjaga persatuan dan stabilitas sosial tanpa menyebutkan Pemilu secara eksplisit.

a. Denotasi

Konten *Cooling system* secara literal menampilkan visual yang memperlihatkan upaya Polri dalam menjaga ketertiban dan keamanan nasional. Selain gambar Kapolri berbicara di podium atau infografis tentang netralitas Polri dalam Pemilu, terdapat pula banyak unggahan yang lebih umum, seperti ajakan untuk menghindari provokasi, menjaga persaudaraan, dan melawan penyebaran hoaks. Konten-konten ini sering menggunakan kutipan tokoh nasional, slogan tentang perdamaian, atau ilustrasi masyarakat dari berbagai latar belakang yang hidup rukun, sehingga menekankan nilai kebersamaan tanpa harus secara langsung mengaitkannya dengan Pemilu.

b. Konotasi

Pemilihan warna, simbol, dan elemen visual dalam konten *Cooling system* memberikan makna tersirat yang mendukung pesan stabilitas dan persatuan. Latar belakang biru dan putih sering digunakan untuk menciptakan kesan netralitas dan ketenangan, sementara elemen gambar tangan yang saling berjabat, ilustrasi masyarakat dari berbagai suku, serta simbol bendera Merah Putih menekankan makna solidaritas nasional. Banyak unggahan yang menampilkan slogan seperti "*Kita Semua Bersaudara*," "*Jaga Kedamaian, Jaga Indonesia*," atau "*Hoaks Merusak, Mari Bersama Menjaga Persatuan*." Konten ini secara tidak langsung mengarahkan audiens untuk tetap menjaga harmoni sosial tanpa harus menghubungkannya secara langsung dengan dinamika politik Pemilu.

c. Mitos

Konten *Cooling system* membentuk narasi bahwa stabilitas nasional bukan hanya tanggung jawab Polri, tetapi juga seluruh elemen masyarakat. Banyak unggahan yang menampilkan pesan bahwa menjaga persatuan

adalah bagian dari identitas bangsa Indonesia dan menjadi kunci dalam menghadapi berbagai tantangan, termasuk saat momen politik seperti Pemilu. Dengan menampilkan Polri sebagai simbol keamanan dan penjaga ketertiban, konten ini juga membangun mitos bahwa peran kepolisian tidak hanya sebatas penegakan hukum, tetapi juga sebagai pengawal harmoni sosial yang memastikan masyarakat tetap bersatu di tengah perbedaan pandangan politik.

Secara keseluruhan, konten *Cooling system* tidak hanya berisi kampanye terkait Pemilu secara langsung, tetapi juga banyak menyampaikan pesan yang lebih luas mengenai pentingnya menjaga persatuan. Pendekatan ini membantu menciptakan suasana yang lebih kondusif dengan menekankan bahwa stabilitas bukan hanya tanggung jawab aparat, tetapi juga masyarakat secara keseluruhan.

3. *Engagement* dan Respons Publik

Hasil audit menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan audiens dalam kampanye *Cooling system* secara keseluruhan cukup tinggi. Konten yang menampilkan figur publik, seperti pernyataan langsung dari pejabat kepolisian atau aksi nyata Polri di lapangan, cenderung mendapatkan respons yang lebih besar dibandingkan unggahan lainnya. Konten-konten ini menarik perhatian karena menampilkan tindakan konkret dari Polri dalam menjaga keamanan selama Pemilu, sehingga memberikan kesan bahwa institusi ini aktif dalam menjalankan tugasnya.

Dari berbagai format konten yang digunakan, video menjadi jenis unggahan yang paling banyak mendapatkan interaksi dibandingkan dengan teks atau infografis. Audiens tampak lebih tertarik pada format komunikasi yang dinamis dan interaktif, terutama ketika video tersebut menampilkan narasi yang kuat dan visual yang menarik. Video yang menyoroti keberhasilan *Cooling system* dalam menjaga keamanan di berbagai daerah juga mendapatkan tanggapan positif, yang terlihat dari jumlah like, komentar, dan share yang lebih tinggi dibandingkan unggahan berbasis teks.

Namun, tidak semua respons publik terhadap kampanye *Cooling system* bersifat positif. Meskipun banyak komentar yang mendukung upaya Polri dalam menjaga stabilitas selama Pemilu, terdapat pula sebagian audiens yang mempertanyakan netralitas Polri. Beberapa komentar menyiratkan skeptisisme terhadap apakah *Cooling system* benar-benar diterapkan secara adil dan tidak berpihak pada kelompok tertentu. Persepsi ini menunjukkan bahwa meskipun kampanye *Cooling system* telah berhasil menarik perhatian masyarakat, masih ada tantangan dalam membangun kepercayaan publik secara menyeluruh.

Selain itu, hasil audit tidak menemukan penyebaran hoaks atau ujaran kebencian dalam jumlah yang signifikan di media sosial resmi Polri. Namun, terdapat beberapa komentar yang menunjukkan adanya keraguan terhadap efektivitas *Cooling system* dalam menangkal provokasi politik. Hal ini menandakan bahwa masih diperlukan strategi komunikasi yang lebih aktif dalam merespons pertanyaan atau kritik publik agar narasi *Cooling system* tidak hanya menyampaikan pesan persatuan, tetapi juga mampu menjawab kekhawatiran masyarakat terkait implementasi kebijakan tersebut.

4. Konsistensi Pesan dan Monitoring Kampanye

Dalam teori audit komunikasi, konsistensi pesan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan strategi komunikasi. Hasil audit menunjukkan bahwa kampanye *Cooling system* memiliki tingkat konsistensi yang tinggi di berbagai platform media sosial. Pesan yang disampaikan tetap berfokus pada tiga pilar utama, yaitu netralitas Polri, keamanan pemilu, dan partisipasi publik.

Selain itu, dalam Model SOSTAC, aspek *control* (pengendalian dan evaluasi) menjadi faktor kunci dalam memastikan keberlanjutan kampanye yang efektif. Hasil audit menunjukkan bahwa evaluasi dilakukan secara rutin dengan menganalisis tren diskusi publik dan efektivitas pesan dalam membangun kepercayaan masyarakat. Namun, model evaluasi yang digunakan masih berbasis data Engagement dan respons audiens, sehingga perlu dikembangkan metode evaluasi yang lebih holistik, misalnya melalui survei persepsi publik terhadap efektivitas kampanye *Cooling system*.

5. Analisis Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan Kabag Produk Kreatif Biro Multimedia dan Karo Multimedia Divisi Humas Polri memberikan wawasan tambahan mengenai implementasi *Cooling system*, khususnya dalam penentuan isu kampanye, antisipasi gangguan keamanan di media sosial, serta evaluasi efektivitas Operasi Nusantara *Cooling system* (NCS). Selain itu, wawancara dengan Christy, seorang *Media & Communication Strategist Expert*, memberikan perspektif dari sudut pandang ahli terkait efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam kampanye ini.

Dalam penentuan isu kampanye, strategi *Cooling system* tidak dilakukan secara acak, melainkan melalui analisis situasi politik, survei publik, dan pemantauan digital berbasis AI untuk mendeteksi potensi isu sensitif, seperti hoaks dan ujaran kebencian yang dapat memicu polarisasi sosial. Pendekatan ini memastikan bahwa isu yang dikampanyekan tetap relevan dan dapat diterima oleh publik. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa isu yang dipilih tetap adaptif terhadap tren sosial yang berkembang cepat di media digital. Christy menekankan pentingnya pemantauan tren secara *real-time* agar kampanye tetap relevan dengan dinamika opini publik.

Dalam antisipasi gangguan keamanan di media sosial, *Cooling system* mengadopsi strategi patroli siber yang lebih sistematis dibandingkan Pilpres sebelumnya, dengan melibatkan Satgas Nusantara dan kerja sama dengan KPU serta Bawaslu. Teknologi pemantauan digital berbasis AI digunakan untuk mendeteksi narasi negatif sejak dini dan memungkinkan Polri melakukan intervensi sebelum isu berkembang luas. Namun, meskipun pendekatan ini cukup efektif, respons komunikasi terhadap hoaks masih perlu lebih cepat dan narasi proaktif dari Polri harus diperkuat agar lebih dominan dibandingkan narasi negatif yang berkembang di media sosial.

Dalam evaluasi keberhasilan *Cooling system*, indikator utama keberhasilan dapat dilihat dari respons positif publik yang mencapai 97%, serta meningkatnya keterlibatan masyarakat di media sosial. Namun, tantangan yang masih dihadapi adalah bagaimana mengubah engagement pasif (*likes* dan

shares) menjadi partisipasi aktif (diskusi dan penyebaran informasi secara sukarela). Polri perlu membuka lebih banyak ruang interaksi publik melalui kampanye berbasis komunitas, forum diskusi interaktif, serta kolaborasi dengan influencer dan tokoh masyarakat.

Ke depan, *Cooling system* dapat ditingkatkan dengan:

- a. Memperkuat komunikasi interaktif, agar publik lebih aktif berpartisipasi dalam kampanye.
- b. Memperluas monitoring media sosial secara *real-time*, sehingga tren negatif dapat direspons lebih cepat.
- c. Mengembangkan evaluasi berbasis persepsi publik, agar dampak kampanye dapat diukur lebih mendalam.
- d. Mengadaptasi pendekatan *Cooling system* di daerah rawan konflik, dengan strategi komunikasi berbasis komunitas agar lebih dekat dengan masyarakat.

Pendekatan yang lebih fleksibel dan berbasis data diharapkan dapat menjadikan *Cooling system* sebagai strategi komunikasi jangka panjang, bukan hanya sekadar langkah sementara selama Pemilu berlangsung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, konten media sosial Facebook, X/Twitter, dan Instagram yang dikelola oleh Divisi Humas Polri telah berperan sebagai *Media Cooling system* dalam menjaga keamanan selama masa kampanye Pilpres 2024 melalui strategi komunikasi digital berbasis keterbukaan, netralitas, dan stabilitas. Hasil audit menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan telah sesuai dengan pedoman komunikasi publik dan tujuan *Cooling system*, dengan menekankan narasi persatuan, netralitas Polri, serta pencegahan hoaks dan ujaran kebencian. Kampanye ini berhasil menyebarkan pesan melalui infografis, video pendek, dan pernyataan resmi yang membangun pemahaman publik terkait keamanan pemilu, menggunakan simbol nasionalisme seperti bendera Merah Putih dan ilustrasi masyarakat multikultural. Pesan denotatif berupa ajakan menjaga keamanan diperkuat oleh konotasi warna netral, simbol solidaritas, serta mitos Polri sebagai pengawal harmoni sosial. Namun, respons terhadap isu viral di media sosial sering terlambat, sehingga mengurangi dampak pesan. Dari segi keterlibatan publik, konten interaktif terutama video mendapat engagement tinggi, tetapi interaksi dua arah masih terbatas, dengan partisipasi publik yang cenderung pasif dan skeptisisme terhadap netralitas Polri.

Kampanye *Cooling system* konsisten dengan tiga pilar utama, yakni netralitas, keamanan pemilu, dan partisipasi publik, serta telah sesuai dengan regulasi yang berlaku (PERKAP No. 6/2023). Evaluasi berbasis data *engagement* menunjukkan respons positif, tetapi perlu dilengkapi dengan metode untuk mengukur dampak jangka panjang secara lebih komprehensif. Dengan demikian, media sosial yang dikelola oleh Divisi Humas Polri telah menjadi alat komunikasi strategis yang efektif dalam mendukung *Cooling system*, menjaga stabilitas selama masa kampanye Pilpres 2024, serta memperkuat peran Polri dalam menciptakan pemilu yang aman dan kondusif.

Sebagai tindak lanjut dari temuan dalam penelitian ini, disarankan agar Divisi Humas Polri memperkuat dimensi komunikasi dua arah dalam kampanye

Cooling system dengan mengintegrasikan forum diskusi publik, fitur tanya jawab interaktif, serta sesi live streaming yang memungkinkan masyarakat untuk menyampaikan aspirasi secara langsung. Upaya ini bertujuan membangun partisipasi yang lebih aktif dan memperkecil jarak psikologis antara institusi kepolisian dan warga digital. Selain itu, pengembangan sistem monitoring berbasis big data dan analisis sentimen publik juga diperlukan untuk merespons isu viral secara lebih cepat dan tepat, sehingga efektivitas pesan dapat ditingkatkan sekaligus memperkuat persepsi netralitas Polri di tengah ruang digital yang rentan polarisasi.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan metodologis bagi studi komunikasi strategis institusi publik. Secara teoritis, temuan ini memperkaya model komunikasi dua arah simetris (Grunig & Hunt, 1984) dalam konteks lembaga negara yang menghadapi tantangan kepercayaan publik, dengan menekankan pentingnya respons real-time dan ruang interaksi terbuka, bukan sekadar narasi netralitas. Secara metodologis, kombinasi audit komunikasi, analisis isi kualitatif, dan semiotika Barthes menawarkan pendekatan integratif yang jarang digunakan untuk mengkaji efektivitas simbolik dan strategis komunikasi digital institusional. Hasil studi ini tidak hanya mengisi kekosongan riset, tetapi juga menawarkan kerangka evaluatif yang dapat diterapkan oleh institusi publik lain dalam membangun legitimasi di era demokrasi digital yang kompleks dan penuh disrupsi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barthes, R. (1968). *Linguistique et littérature*. In *Langages*.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Mariana Br Tarigan, D., Monika, S., & Sauhenda, A. F. (2024). Ujaran kebencian terhadap capres cawapres pada Pemilu 2024 di Media Sosial X: Kajian linguistik forensik. *Jurnal Bahasa*, 13.
- Odiorne, G. S. (1954). *An Application of the Communications Audit*.
- Social, W. A. (2023). *Digital 2023 Indonesia*.

Artikel Ilmiah

- Astri, B., Wulan, C., & Soni, M. (2023). Kontribusi media sosial dalam memperkuat integrasi nasional. *Jurnal Komunikasi Digital*, 13(2). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian>
- Jamil, H., Hamad, I., & Sari, Y. (2023). Personal branding Puan Maharani pada akun Instagram @puanmaharaniri menuju Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(2), 205–217. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i2.2631>
- Mariana Br Tarigan, D., Monika, S., & Sauhenda, A. F. (2024). Ujaran kebencian terhadap capres cawapres pada Pemilu 2024 di Media Sosial X: Kajian linguistik forensik. *Jurnal Bahasa*, 13.
- Murfianti, F., Desain, J., Rupa, S., & Desain, D. (2019). Meme di era digital dan budaya siber. *Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 11(1).
- Nainggolan, R. R. E. (2024). Analisis penggunaan website dan media sosial

- pemerintah untuk pelayanan publik. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 6(1), 1–21. <https://doi.org/10.33701/jtkp.v6i1.4221>
- Pakpahan, R. (2021). Analisa implementasi UU ITE Pasal 28 Ayat 2 dalam mengurangi ujaran kebencian di media sosial. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 5(1), 111. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i1.465>
- Pandiangan, A., & Shafa, S. I. (2020). Audit komunikasi Instagram @jokowi yang dikelola oleh Tim Komunikasi Digital Presiden. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1). <http://journal.unika.ac.id/index.php/jkm/index>
- Reed, D. (2014). SOSTAC: The guide to the perfect digital marketing plan. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 16(2), 146–147. <https://doi.org/10.1057/dddmp.2014.79>
- Saputri, C. D., Lestari, P., & Sosiawan, E. A. (2021). Audit komunikasi media sosial di masa krisis COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 19. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.4720>
- Social, W. A. (2023). *Digital 2023 Indonesia*.
- Soedjarwo, G. N., & Retnoningsih, E. I. (2024). The meaning of emoticon used by K-Pop fans. *Jurnal Electrical Systems*, 20(5).
- Wicaksana, W. T., & Adiprabowo, V. D. (2025). Peran akun @kitabisa.com dalam kampanye sosial di Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 8(1), 119–131. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v8i1.4622>
- Wulandari, C. D. (2023). Fenomena buzzer dalam perspektif komunikasi politik di media sosial jelang Pemilu 2024. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 5(2), 864–881. <https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v5i2.997>