

Strategi Komunikasi Krisis Public Relations Dalam Menangani Isu Pemerintahan

Ahmad Haris Al Hafiz¹ Gading Muhammad Thoriq² Halif Riadin³ Ainul Mardiyah⁴

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{1,2,3,4}

Email: ahmadhariss126@gmail.com¹ gadingmuhammadthoriq@gmail.com²
riadinhalif@gmail.com³ ainulmardiyah@uinsu.ac.id⁴

Abstrak

Di era digital, penyebaran informasi yang berlangsung secara cepat melalui media massa dan media sosial menyebabkan isu pemerintahan mudah berkembang menjadi krisis yang dapat memengaruhi citra institusi serta tingkat kepercayaan masyarakat. Dalam situasi tersebut, Public Relations (PR) atau humas pemerintah memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi agar informasi yang beredar dapat dikendalikan secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis Public Relations dalam menangani isu pemerintahan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan penanganan krisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui studi dokumentasi terhadap berbagai jurnal ilmiah, buku, dan sumber literatur yang relevan mengenai komunikasi krisis dan public relations pemerintahan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis yang efektif dilakukan melalui identifikasi isu secara dini, penyampaian informasi yang cepat, akurat, dan transparan, pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi publik, serta koordinasi yang baik antarinstansi pemerintah. Selain itu, komunikasi dua arah dengan masyarakat menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan mengurangi dampak negatif dari isu yang berkembang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan penanganan krisis sangat dipengaruhi oleh kesiapan humas dalam merespons isu secara profesional, konsisten, dan berorientasi pada kebutuhan informasi publik. Dengan demikian, strategi komunikasi krisis yang tepat dapat membantu pemerintah menjaga reputasi institusi dan mempertahankan kepercayaan masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Humas Pemerintahan, Krisis Tata Kelola, Manajemen Krisis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat. Informasi kini dapat menyebar dengan cepat lewat media massa maupun media sosial, sehingga isu-isu pemerintahan dapat berubah menjadi krisis jika tidak ditangani dengan baik. Dalam situasi ini, Public Relations (PR) atau humas pemerintah memiliki peranan yang sangat penting sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat untuk menyampaikan informasi yang benar, melindungi reputasi institusi, serta membangun kepercayaan di kalangan publik (Maulvi et al., 2023). Komunikasi krisis adalah salah satu aspek vital dalam kegiatan Public Relations pemerintah. Komunikasi krisis adalah proses penyampaian informasi yang dilakukan dengan cara yang terencana untuk meminimalisir dampak negatif dari krisis serta mempertahankan stabilitas hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Keterlambatan dalam menangani krisis, ketidaktransparanan, atau ketidakkonsistenan dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah (Mistara dan Dewi, 2022).

Berbagai peristiwa, seperti penyebaran berita palsu, kebocoran informasi pemerintah, skandal korupsi, hingga pandemi Covid-19, menunjukkan bahwa pemerintah diharapkan memiliki strategi komunikasi krisis yang efektif. Strategi ini harus dapat memberikan respons yang cepat, transparan, konsisten, serta melibatkan komunikasi dua arah agar masyarakat

mendapatkan informasi dari sumber yang dapat diandalkan (Goeritman, 2021). Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi pemerintah juga sangat penting dalam mempercepat penyebaran informasi resmi sekaligus mengurangi kesalahpahaman di kalangan masyarakat (Maulvi et al. , 2023). Berbagai penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa penerapan strategi komunikasi krisis yang tepat dapat membantu pemerintah memulihkan citranya dan membangun kembali kepercayaan publik. Pendekatan seperti tindakan korektif, niat baik, dan penguatan dianggap efektif dalam menunjukkan tanggung jawab pemerintah serta memperbaiki reputasi institusi setelah krisis.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada kasus-kasus tertentu, seperti komunikasi krisis pada masa pandemi Covid-19, pemanfaatan media sosial oleh pemerintah, maupun strategi pemulihan citra lembaga pasca krisis. Kajian yang mengintegrasikan berbagai strategi komunikasi krisis Public Relations dalam menangani isu pemerintahan secara umum dan komprehensif masih relatif terbatas. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan media sosial yang semakin pesat telah menghadirkan tantangan baru dalam pengelolaan komunikasi krisis pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai strategi komunikasi krisis Public Relations dalam menghadapi berbagai isu pemerintahan serta upaya membangun dan mempertahankan kepercayaan publik di era digital. Dengan mengikuti penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis Public Relations dalam menangani isu-isu pemerintahan serta memahami bagaimana strategi tersebut berkontribusi dalam mempertahankan reputasi lembaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

No	Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Kontribusi dan Relevansi
1	Goeritman (2021)	Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial	Menganalisis strategi komunikasi krisis pemerintah melalui media sosial selama pandemi Covid-19.	Kualitatif deskriptif	Media sosial terbukti efektif dalam penyebaran informasi dan pengelolaan krisis.	Menjadi dasar pemanfaatan media digital dalam komunikasi krisis pemerintahan.
2	Mistara & Dewi (2022)	Manajemen Komunikasi Krisis Public Relations dalam Mempertahankan Stabilitas Hubungan Pemerintah dan Masyarakat	Mengetahui peran komunikasi krisis dalam menjaga hubungan pemerintah dan masyarakat.	Kualitatif	Komunikasi yang cepat, konsisten, dan transparan mampu mempertahankan kepercayaan publik.	Mendukung pentingnya respons cepat dan keterbukaan informasi saat krisis.
3	Maulvi et al. (2023)	Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi dan Penyebaran Informasi Resmi Pemerintah	Menganalisis penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi pemerintah.	Kualitatif deskriptif	Media sosial mempercepat penyebaran informasi resmi kepada masyarakat.	Menunjukkan efektivitas media digital sebagai media komunikasi publik.
4	Febriandy & Wahyutama (2024)	Strategi Pemulihan Citra dan Reputasi Lembaga Pemerintah Pasca Krisis	Mengkaji strategi pemulihan citra lembaga pemerintah setelah krisis.	Studi literatur	Tindakan korektif dan komunikasi yang tepat membantu pemulihan reputasi lembaga.	Memberikan landasan mengenai strategi pemulihan reputasi pasca krisis.

5	Nabilah et al. (2026)	Strategi Komunikasi Humas DPRD Provinsi Banten dalam Merespons Krisis dan Memulihkan Kepercayaan Publik	Menganalisis strategi humas dalam merespons krisis dan memulihkan kepercayaan publik.	Kualitatif studi kasus	Komunikasi dialogis, transparansi, dan kerja sama media meningkatkan kepercayaan publik.	Relevan dengan penelitian ini karena membahas strategi komunikasi krisis pada lembaga pemerintahan.
---	-----------------------	---	---	------------------------	--	---

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Tujuan dari metode ini adalah untuk memahami bagaimana strategi komunikasi krisis dalam Public Relations menangani isu-isu pemerintahan dengan merujuk pada beragam sumber ilmiah yang relevan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari jurnal-jurnal ilmiah yang membahas komunikasi krisis, public relations dalam konteks pemerintah, serta strategi dalam menangani isu pemerintahan. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan cara mengumpulkan, membaca, menganalisis, dan membandingkan berbagai referensi yang berkaitan dengan tema penelitian. Selanjutnya, data tersebut dianalisis secara deskriptif dengan cara mengidentifikasi teori, konsep, dan hasil penelitian sebelumnya, kemudian disusun secara teratur sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan metode ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai strategi komunikasi krisis Public Relations dalam menjaga reputasi pemerintah dan membangun kepercayaan masyarakat saat menghadapi berbagai isu pemerintahan (Goeritman, 2021).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil telaah dan analisis terhadap berbagai literatur yang membahas komunikasi krisis dalam pemerintahan, ditemukan bahwa Public Relations (PR) atau humas pemerintah memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas informasi dan kepercayaan publik ketika terjadi krisis. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan penanganan krisis sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemerintah dalam menyampaikan informasi secara cepat, akurat, transparan, dan konsisten kepada masyarakat. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi utama yang banyak diterapkan oleh humas pemerintahan dalam menghadapi isu dan krisis publik. Strategi tersebut meliputi penyampaian informasi yang transparan dan jujur, sentralisasi sumber informasi melalui juru bicara resmi, kemitraan dengan media massa, pemanfaatan media digital dan media sosial, serta penerapan komunikasi yang bersifat persuasif dan dialogis. Strategi-strategi tersebut terbukti mampu mengurangi ketidakpastian informasi, mencegah penyebaran hoaks, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Selain itu, hasil analisis literatur menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital memberikan peluang sekaligus tantangan bagi humas pemerintahan. Di satu sisi, media digital mempermudah penyebaran informasi secara cepat dan luas. Namun di sisi lain, tingginya arus informasi, penyebaran hoaks, rendahnya literasi digital masyarakat, serta keterbatasan sumber daya komunikasi masih menjadi hambatan dalam pelaksanaan komunikasi krisis yang efektif. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan pemulihan kepercayaan publik pasca krisis tidak hanya bergantung pada kemampuan pemerintah dalam menyampaikan informasi, tetapi juga pada kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan tindakan nyata yang dilakukan. Konsistensi antara komunikasi dan implementasi kebijakan menjadi faktor penting dalam membangun kembali reputasi lembaga pemerintahan serta menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat.

Pembahasan

Konsep dan Peran Public Relation Pemerintahan dalam Mengelola Krisis Komunikasi

Komunikasi publik adalah salah satu fungsi utama dari pemerintahan yang sangat penting dan tidak bisa diabaikan dalam konteks kehidupan bernegara. Dalam teori, komunikasi publik dan massa merujuk pada situasi di mana pesan dibuat, diatur, dan disebarkan kepada banyak orang dalam suasana yang cenderung impersonal dengan tujuan memberikan informasi, meningkatkan kesadaran, serta mempengaruhi sikap atau perilaku kelompok sasaran. Dalam kerangka birokrasi, kegiatan strategis ini dilakukan melalui praktik kehumasan atau Public Relations (PR) pemerintah. Tugas PR pemerintah mencakup pengaturan komunikasi untuk menghubungkan organisasi atau lembaga dengan masyarakatnya melalui manajemen komunikasi strategis yang melibatkan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Selain berfungsi sebagai cara untuk berpromosi, PR pemerintah juga memiliki tanggung jawab sosial untuk memengaruhi pandangan publik melalui kinerja yang bertanggung jawab dan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan (Goeritman, 2021).

Lembaga pemerintahan selalu menghadapi ketidakpastian dalam lingkungan sosial-politik yang dapat memicu terjadinya krisis. Krisis dapat didefinisikan dengan berbagai cara dalam literatur komunikasi, mulai dari kerusakan yang berdampak luas, risiko yang menjadi nyata, sampai momen atau peristiwa tak terduga yang mengancam harapan penting para pemangku kepentingan terkait isu kesehatan, keselamatan, lingkungan, dan ekonomi. Ketika suatu isu pemerintahan berubah menjadi krisis, ketidakpastian informasi akan meningkat dengan cepat, yang jika tidak ditangani dengan tepat, dapat membahayakan reputasi dan legitimasi lembaga publik tersebut. Di sinilah pentingnya komunikasi krisis, yang dipahami sebagai dialog yang direncanakan antara organisasi dengan publiknya serta para pemangku kepentingan, baik sebelum krisis (pra-krisis), ketika krisis sedang berlangsung (akut/kondisi krisis), maupun setelah krisis selesai (pasca-krisis). Dialog ini bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi guna menghadapi situasi krisis serta mengurangi kerusakan pada reputasi lembaga pemerintahan (Goeritman, 2021)

Peran utama PR pemerintah dalam mengelola krisis komunikasi terfokus pada upaya untuk menjaga, mempertahankan, dan membangun kembali kepercayaan publik. Pengalaman yang ada menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi pemerintah dalam manajemen krisis sering kali berasal dari kegagalan dalam mengelola aliran informasi, yang menyebabkan penurunan kepercayaan atau bahkan menciptakan ketidakpercayaan dan kepanikan massal. Saat krisis melanda, komunikasi publik yang dilakukan oleh PR pemerintah akan berpengaruh pada hal-hal mendasar dalam penanganan risiko masyarakat, mempertahankan stabilitas, dan menjaga kepercayaan warga. Oleh karena itu, PR pemerintah berperan sebagai aktor strategis, bukan sekadar alat teknis untuk menyebarluaskan rilis berita. PR memiliki tugas untuk menyusun narasi yang menenangkan, mencegah terjadinya ketegangan yang meningkat di kalangan publik, menawarkan informasi yang cukup, serta mengurangi ruang untuk spekulasi yang bisa memperburuk sentimen publik baik di dunia digital maupun ruang fisik (Goeritman, 2021; Nabilah et al. , 2026; Azahra dan Santoso, 2025)

Strategi Komunikasi Krisis Public Relation dalam Menghadapi Isu dan Opini Publik

Menghadapi meningkatnya masalah dan perubahan dalam pendapat masyarakat, hubungan masyarakat pemerintah perlu memiliki strategi komunikasi krisis yang menyeluruh, cepat, dan fleksibel. Keefektifitasan pengelolaan krisis sangat dipengaruhi oleh seberapa cepat respons diberikan, tingkat keterbukaan informasi, dan keakuratan pesan yang disampaikan. Keterlambatan dalam memberikan klarifikasi atau ketidakkonsistenan informasi dari pihak pemerintah secara nyata memperburuk pandangan publik dan menambah ketidakpercayaan

masyarakat (Goeritman, 2021; Nabilah et al., 2026). Berdasarkan teori pengelolaan risiko dan prinsip komunikasi krisis yang efektif, ada beberapa pendekatan utama yang perlu diterapkan oleh hubungan masyarakat pemerintah untuk mempengaruhi pandangan masyarakat:

1. **Penyampaian Informasi yang Transparan dan Jujur.** Keterbukaan informasi menjadi hal yang sangat penting dalam perasaan masyarakat. Membagikan informasi dengan jujur dan terbuka bisa membuat orang lebih percaya, sedangkan menyembunyikan data hanya untuk melindungi citra lembaga justru bisa menyebabkan kecemasan dan berita-berita menyebar yang tidak benar. Pesan yang berkaitan dengan risiko atau krisis perlu disampaikan secara jelas dan terbuka agar masyarakat bisa memahami keadaan sebenarnya yang mereka hadapi (Goeritman, 2021).
2. **Sentralisasi Sumber Informasi dan Penunjukan Juru Bicara yang Kredibel** Pada awal krisis, aliran informasi yang terlalu banyak sering kali membuat sistem komunikasi menjadi tidak stabil. Jika informasi berasal dari berbagai pihak tanpa ada yang mengatur, maka pasti akan muncul informasi yang salah dan berbeda-beda. Strategi pemasaran reputasi yang baik memerlukan ada satu pembicara resmi pemerintah yang dapat dipercaya agar informasi bisa terpusat, konsisten, dan berasal dari satu sumber utama (Goeritman, 2021).
3. **Kemitraan Strategis dengan Media Massa.** Hubungan dengan media adalah bagian penting dari strategi komunikasi saat menghadapi krisis. Pemerintah harus memperlakukan media sebagai mitra yang penting, bukan sebagai lawan. Memberikan akses ke data yang tepat, mengeluarkan berita yang benar, serta membantu wawancara dengan orang yang berpengalaman akan mendukung media dalam membuat laporan berita yang seimbang. Kemitraan jangka panjang yang didasarkan pada profesionalisme ini memastikan bahwa ketika terjadi krisis atau isu yang sensitif, media akan memberikan ruang yang sesuai untuk menjelaskan penjelasan pemerintah (Nabilah et al., 2026).
4. **Pemanfaatan Media Digital dan Multiplatform.** Perubahan cara orang mengonsumsi media memaksa pemerintah melakukan perubahan ke arah digital dalam kerja pengelolaan informasi. Platform media sosial seperti YouTube, Instagram, X, dan Facebook menjadi cara utama dalam menyebarkan informasi dengan cepat, secara langsung, dan tanpa terbatas oleh waktu atau tempat. Pemerintah dapat menggunakan media sosial untuk mengidentifikasi isu, memantau perasaan masyarakat, membongkar rumor, serta menyebarluaskan konten edukasi yang kreatif. Selain media sosial, penggunaan teknologi seperti website terpadu, aplikasi khusus, dan fitur interaktif seperti chatbot otomatis juga terbukti efektif dalam memperluas akses informasi publik (Goeritman, 2021; Nabilah et al., 2026).
5. **Pendekatan Komunikasi Persuasif dan Dialogis.** Dalam menghadapi tekanan dari opini publik yang sangat kuat, seperti aksi demo besar-besaran atau gelombang aksi mahasiswa, cara pemerintah dalam berkomunikasi harus diubah dari hanya memberi informasi satu arah ke arah yang lebih terbuka dan interaktif, dengan dialog antar pihak secara dua arah. Menghadapi kritik dengan cara membuka ruang untuk berbicara langsung, mendengarkan keluhan masyarakat dengan penuh empati, serta mempertemukan perwakilan rakyat dengan pihak yang membuat keputusan adalah langkah penting untuk mengurangi ketegangan sosial dan mencegah konflik memburuk (Nabilah et al., 2026; Azahra & Santoso, 2025).

Evaluasi dan Tantangan Public Relations Pemerintahan dalam Membangun kembali Kepercayaan Publik Pasca Krisis

Proses mengelola krisis tidak berakhir saat ketegangan sosial mulai mereda. Setelah krisis, pemerintah harus mengevaluasi semua hal secara menyeluruh dan membuat rencana

pemulihan reputasi yang berlangsung dalam jangka waktu yang lama. Evaluasi ini mencakup peninjauan mendalam tentang kekuatan pesan yang sudah diberikan, tanggapan dari masyarakat di media sosial, dan pemeriksaan kinerja internal departemen komunikasi publik. Pemerintah perlu menilai lagi perasaan negatif yang masih ada dan mengetahui bagian-bagian transparansi yang masih perlu diperbaiki. Pemulihan reputasi lembaga publik hanya bisa tercapai jika ada komitmen yang terus-menerus dari lembaga tersebut untuk meningkatkan kualitas komunikasi publik, seperti yang dikemukakan oleh Nabilah dan timnya pada tahun 2026. Namun demikian, dalam menjalankan tugasnya di masa kini, PR pemerintahan menghadapi berbagai tantangan yang bersifat struktural dan budaya:

1. Kebebasan dalam ruang digital memungkinkan setiap orang membuat konten tanpa batasan, sehingga memudahkan penyebaran hoaks dan informasi yang tidak benar secara luas di media sosial. Di tengah masa krisis, informasi palsu ini menjadi ancaman serius karena bisa mengganggu keputusan warga secara rasional, memicu kepanikan, dan merusak kepercayaan terhadap data resmi pemerintah (Goeritman, 2021).
2. Perbedaan Infrastruktur Digital dan Akses Informasi: Komunikasi berbasis digital sering kali bertabrakan dengan realita perbedaan dalam ketersediaan infrastruktur internet di antar daerah. Pengguna internet di Indonesia masih terpusat di Pulau Jawa dan daerah barat, sedangkan area timur kurang berkontribusi karena kurangnya fasilitas komunikasi (Goeritman, 2021).
3. Keterbatasan tenaga kerja di bidang komunikasi dan hambatan dari prosedur birokrasi sering kali menghambat penerapan strategi komunikasi krisis. Hal ini disebabkan oleh minimnya jumlah dan kualitas tenaga komunikasi yang memiliki kemampuan memadai dalam mengelola krisis. Masalah klasik dalam birokrasi, hambatan dari aturan yang ketat, serta cara komunikasi yang hanya satu arah dan kurang fleksibel, menjadi penghalang besar dalam menghasilkan respons digital yang cepat dan penuh empati (Goeritman, 2021; Azahra & Santoso, 2025).
4. Literasi digital masyarakat masih rendah meskipun penggunaan internet dan perangkat gawai pintar semakin meningkat di tengah masyarakat. Karena tingkat literasi yang rendah, masyarakat sangat mudah percaya dan menyebarkan berita palsu atau isu krisis, meskipun mereka sudah memiliki smartphone secara langsung (Goeritman, 2021).

Akhirnya, faktor penting dalam memulihkan kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan setelah krisis adalah keselarasan antara pesan yang disampaikan dan tindakan yang benar-benar dilakukan. Teori pemulihan citra menjelaskan bahwa lembaga publik yang menghadapi masalah reputasi harus menunjukkan bukti nyata bahwa mereka benar-benar berkomitmen pada nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang mereka anut. Pemerintah tidak boleh hanya melakukan komunikasi yang tampaknya tidak menyentuh inti masalah atau menggunakan media sebagai cara untuk menyebarluaskan informasi yang hanya berupa propaganda. Keterlibatan langsung para pejabat publik turun ke tengah masyarakat, mendengarkan kritik secara terbuka, menyerap aspirasi secara menyeluruh, serta mengintegrasikan hal tersebut ke dalam kebijakan yang jelas dan transparan adalah bukti nyata yang bisa mengurangi jarak psikologis dengan rakyat, memperbaiki kepercayaan masyarakat terhadap negara, serta membangun hubungan jangka panjang yang sehat antara pemerintah dan warga negara (Goeritman, 2021; Nabilah et al., 2026; Azahra & Santoso, 2025).

KESIMPULAN

Penerapan strategi komunikasi krisis oleh tim public relations atau humas pemerintah sangat penting dalam mengelola berbagai isu yang terjadi dalam pemerintahan di masa kini

yang sudah menggunakan teknologi digital. Kemampuan dalam mengatasi krisis dan memulihkan kepercayaan masyarakat setelah terjadi krisis sangat bergantung pada beberapa faktor strategis berikut ini:

1. Responsivitas dan transparansi informasi: Untuk menangani krisis dengan baik, diperlukan deteksi isu sejak awal dan penyebaran informasi yang cepat, benar, jujur, serta terbuka. Keterlambatan dalam memberikan penjelasan atau ketidaksesuaian data bisa membuat opini masyarakat jelek dan meningkatkan rasa tidak percaya terhadap pihak yang bersangkutan.
2. Sentralisasi Informasi: Agar tidak terjadi penyebaran berita yang salah dan berantakan di awal krisis, pemerintah harus menggunakan strategi satu pintu dengan menunjuk seorang juru bicara resmi yang dipercaya.
3. Transformasi dan Digital Multiplatform: Menggunakan media sosial seperti YouTube, Instagram, X, dan Facebook, serta website yang terpadu dan fitur interaktif seperti chatbot, menjadi saluran utama untuk memantau perasaan masyarakat, mengklarifikasi informasi yang salah, dan menyebarkan informasi resmi secara langsung dan cepat, tanpa terbatas oleh waktu dan tempat.
4. Kemitraan dengan media dan komunikasi dialogis: Media massa harus dijadikan mitra yang penting agar dapat menghasilkan berita yang seimbang. Selain itu, dalam menghadapi tekanan dari opini publik yang sangat kuat, pemerintah harus fokus pada cara berkomunikasi yang dua arah, interaktif, penuh empati, serta melibatkan dialog, agar bisa mengurangi ketegangan di masyarakat.
5. Keselarasan antara narasi dan tindakan nyata: Pemulihan citra dan reputasi jangka panjang lembaga publik tidak bisa dicapai hanya dengan komunikasi simbolis atau iklan media saja. Kepercayaan masyarakat bisa tumbuh kembali secara terus-menerus jika ada keselarasan nyata antara pesan yang diucapkan dengan tindakan dan kebijakan nyata yang diterapkan di lapangan.

Selain strategi tersebut, tim humas pemerintah masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan budaya yang rumit, seperti banyaknya penyebaran berita palsu dan informasi yang tidak benar, ketimpangan akses internet antar daerah, tingkat literasi digital masyarakat yang masih rendah, serta ketidakmampuan tenaga humas yang kurang memadai dan prosedur birokrasi yang terlalu rumit. Oleh karena itu, meningkatkan kesiapan dan kapasitas humas yang profesional, konsisten, serta fokus pada penuhnya kebutuhan informasi masyarakat menjadi hal penting bagi institusi pemerintahan dalam menjaga kelegitimasianya, mempertahankan hubungan yang stabil dengan warga negara, serta menjaga reputasi lembaga di masa depan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah perlu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di bidang komunikasi krisis agar mampu merespons berbagai isu secara cepat, tepat, dan profesional. Selain itu, pemanfaatan media digital dan media sosial perlu dioptimalkan sebagai sarana penyebaran informasi yang transparan, akurat, dan mudah diakses oleh masyarakat. Pemerintah juga perlu meningkatkan literasi digital masyarakat guna mengurangi penyebaran hoaks dan informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan selama situasi krisis. Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memilah informasi, proses komunikasi krisis dapat berjalan lebih efektif dan mampu menjaga stabilitas kepercayaan publik. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan metode wawancara observasi lapangan, atau studi kasus pada lembaga pemerintahan tertentu sehingga dapat diperoleh data yang lebih mendalam mengenai implementasi strategi komunikasi krisis Public Relations dalam menghadapi berbagai isu pemerintahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azahra, N. R., & Santoso, H. (2025). *Strategi Komunikasi Divisi Humas Kementerian dalam Negeri dalam Menanggapi Gelombang Demonstrasi Mahasiswa dan Masyarakat pada September 2025*. Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media, 4(2), 422-430.
- Febriandy, & Wahyutama. (2024). *Strategi Pemulihan Citra dan Reputasi Lembaga Pemerintah Pasca Krisis*. Jurnal Ilmiah Komunikasi
- Goeritman, H. I. N. (2021). *Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial*. Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi), 23(1), 1 - 19.
- Maulvi, et al. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi dan Penyebaran Informasi Resmi Pemerintah*. Jurnal Humas Pemerintahan
- Mistara, & Dewi. (2022). *Manajemen Komunikasi Krisis Public Relations dalam Mempertahankan Stabilitas Hubungan Pemerintah dan Masyarakat*. Jurnal Komunikasi Publik
- Nabilah, Syahrizal, R. D., Januarta, A. T., Muharomah, F. T., & Nabila, S. Q. (2026). *Strategi Komunikasi Humas DPRD Provinsi Banten dalam Merespons Krisis dan Memulihkan Kepercayaan Publik*. Komunikasi: Jurnal Komunikasi