

## Penanganan Kasus Viral di Media Sosial Oleh Humas Polri : Studi Kasus Vina Cirebon

Fauzi Surya Chandra<sup>1</sup>, Rycko Amelza Dahniel<sup>2</sup>, Harris Turino<sup>3</sup>

<sup>1) s/d 3)</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian – Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian  
e-mail: Fauzibks876@gmail.com<sup>1</sup>, ryckoad@gmail.com<sup>2</sup>, harristk@gmail.com<sup>3</sup>

### Article History

Received: 25/12/2024

Revised: 8/1/2025

Accepted: 16/1/2025

**Kata Kunci:** *Police Public Relations, crisis communication, public trust, Vina case, social media*

*This study aims to analyze the communication strategies employed by the Indonesian National Police Public Relations Division (Humas Polri) in managing viral cases on social media, using the Vina Cirebon case as a focal point. Amid a crisis marked by inconsistent information, a weak sense of crisis, and delayed responses, Humas Polri faces significant challenges in rebuilding public trust. The research uses a qualitative approach through interviews and document analysis. Findings reveal that the police's communication strategies remain largely reactive and are not yet supported by a structured crisis management system, such as the establishment of a specialized crisis team or the development of crisis risk profiles. Strengthening public relations functions with fast, consistent, and transparent communication is essential to preserve institutional legitimacy in the digital age and the post-truth era.*

### PENDAHULUAN

Penelitian ini akan memberikan gambaran tentang penanganan kasus viral di media sosial oleh Humas Polri, utamanya kasus yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan atas kemampuan dalam menangani suatu masalah, yaitu pemberitaan yang dapat menimbulkan kesimpangsiuran dan ketidakpastian di tengah-tengah masyarakat yang dapat menyebabkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dan kemampuan Polri dalam menangani suatu masalah. Fokus penelitian ini akan memberikan gambaran secara komperhensif penanganan kasus viral yaitu kasus Vina Cirebon yang dilakukan oleh Humas Polri dimulai dari tahap sebelum, saat dan sesudah terjadinya suatu pemberitaan. Peneliti memilih Humas Polri sebagai objek penelitian dikarenakan pengelolaan hubungan kemasyarakatan dan penyampaian maupun penerimaan informasi baik dari Polri ke masyarakat ataupun masyarakat ke Polri melalui Humas Polri di mulai padatingkat Mabes, Polda dan Polres.

Pada organisasi modern, peran kehumasan atau humas sangatlah penting dan vital keberadaannya, baik pada organisasi swasta maupun pemerintah. Humas mengemban tugas sebagai garda terdepan dalam memberikan informasi maupun menerima informasi dari masyarakat terkait berita pada lingkungan organisasi. Bernays (1928), yang dikenal sebagai "Bapak Humas," mengartikan Humas sebagai upaya untuk mempengaruhi opini publik melalui komunikasi yang strategis. Dalam pandangannya, Humas adalah seni dan ilmu untuk menciptakan kesepahaman

antara individu dan kelompok, serta antara organisasi dan publik. Bernays menekankan bahwa Humas tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membentuk persepsi dan sikap masyarakat terhadap suatu isu atau organisasi. Ia percaya bahwa dengan memahami motivasi dan kebutuhan publik, Humas dapat menggunakan teknik komunikasi yang tepat untuk membangun citra positif dan mengelola hubungan yang saling menguntungkan.

Dalam karyanya, Bernays juga mengintegrasikan prinsip psikologi dan teori komunikasi untuk menciptakan strategi yang efektif, sehingga posisi Humas menjadi vital dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku sosial. Cutlip dan Center (2000) mendefinisikan humas sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Mereka menekankan bahwa Humas bukan sekadar penyampaian informasi, tetapi juga menciptakan dialog yang melibatkan interaksi dua arah, di mana organisasi tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga mendengarkan dan memahami kebutuhan publik. Selain itu, mereka menyoroti pentingnya strategi dan taktik dalam perencanaan dan pelaksanaan program Humas untuk mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan kesadaran atau membangun citra positif. Dari pendapat Bernays dan Cutlip & Center maka dapat diketahui humas memiliki peranan vital baik sebagai pemberi informasi maupun penerima informasi utama bagi organisasi dan untuk membangun citra positif organisasi terhadap publik.

## Landasan Teori

### 1. Manajemen Humas

Dalam pelaksanaan fungsi kehumasan diperlukan suatu manajemen humas yang baik untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Membahas mengenai manajemen kehumasan tidak terlepas dari pengertian manajemen terlebih dahulu. Manajemen menurut McFarland (1979) menjelaskan arti manajemen berarti menangani atau *to handle* yang berarti manajemen merupakan ilmu untuk menangani atau mengelola.

Menurut Dessler (1996) fungsi dasar darimanajemen melibatkan planning, organizing, staffing, leading dan controlling. Berdasarkan pernyataan dari McFarland, maka manajemen humas adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam bidang kehumasan. McElreath (1993) menjelaskan bahwa mengelola hubungan publik melibatkan serangkaian kegiatan yang mencakup penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian berbagai aktivitas komunikasi yang diadakan oleh organisasi.

### 2. *Situational Communication Crisis Theory*

Dalam *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), strategi tanggap krisis yang dapat dipilih oleh organisasi dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama yaitu:

- a. Strategi Penolakan (*Denial Strategies*), Denial strategi merupakan salah satu strategi restorasi citra yang dapat digunakan oleh organisasi dalam menghadapi krisis. Denial strategi terdiri dari beberapa sub-strategi, yaitu: *Simple denial*, *Scapegoat*, *Suffering*: Organisasi mengklaim bahwa mereka adalah korban yang tidak adil (misalnya; akibat sabotase, teroris, atau karyawan yang ingin melukai organisasi). Inti dari denial strategi adalah upaya organisasi untuk menunjukkan bahwa mereka tidak bertanggung jawab atas krisis yang terjadi. Organisasi bisa menggunakan salah satu atau kombinasi dari sub-strategi denial tersebut untuk mencoba menghindari atau menyangkal adanya krisis.
- b. Strategi Pengurangan (*Diminishment Strategies*). Strategi ini salah satu kategori strategi restorasi citra yang digunakan oleh organisasi dalam menghadapi krisis.

- c. Strategi Pembangunan Kembali (*Rebuilding Strategies*). Strategi ini melibatkan upaya organisasi untuk membangun kembali reputasinya, seperti memberikan kompensasi pada korban atau meminta maaf atas krisis yang terjadi.

Menurut Robert L. Heat dan O’Hair (2009) Teori SCCT juga memiliki beberapa dimensi diantaranya adalah: Langkah-langkah sebelum: Mengidentifikasi skenario krisis yang mungkin terjadi dan membuat rencana komunikasi krisis. Menunjuk juru bicara utama dan cadangan untuk menangani komunikasi selama krisis. Membangun hubungan dengan media dan pemangku kepentingan sebelum krisis terjadi. Menyiapkan bahan-bahan informasi seperti pesan kunci, daftar pertanyaan yang sering diajukan, dan bahan pendukung lainnya. Langkah-langkah saat: Menyampaikan informasi dan langkah langkah sesudah

### 3. Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw pada tahun 1972 melalui studi mereka terhadap pemilu di Chapel Hill, Amerika Serikat. Teori ini menyatakan bahwa media massa tidak secara langsung mempengaruhi apa yang dipikirkan publik, tetapi mempengaruhi apa yang publik pikirkan tentang—yakni, media menentukan isu-isu apa yang dianggap penting oleh masyarakat. Dengan kata lain, media membentuk agenda publik melalui penekanan pada isu tertentu dalam pemberitaannya.

### 4. Konsep Komunikasi

Schramm (1954) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses di mana informasi atau pesan dikirim dan diterima antara dua pihak atau lebih. Dalam pandangannya, komunikasi bukan hanya sekadar pengiriman pesan, tetapi juga mencakup pemahaman dan interpretasi pesan tersebut. Schramm menekankan beberapa elemen penting dalam proses komunikasi, yaitu:

- Pengirim (*Sender*): Pihak yang mengirimkan pesan. Pengirim bertanggung jawab untuk mengkodekan pesan dengan cara yang dapat dipahami oleh penerima.
- Pesan (*Message*): Informasi atau konten yang ingin disampaikan oleh pengirim. Pesan harus disusun dengan jelas agar dapat dipahami.
- Saluran (*Channel*): Media atau cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Saluran bisa bervariasi, termasuk komunikasi lisan, tulisan, visual, atau nonverbal.
- Penerima (*Receiver*): Pihak yang menerima pesan. Penerima harus memiliki kemampuan untuk mendekode atau memahami pesan yang diterima.
- Umpan Balik (*Feedback*): Respons dari penerima terhadap pesan. Umpan balik penting untuk menentukan apakah pesan telah dipahami dengan baik dan untuk memperbaiki komunikasi di masa mendatang.
- Konteks (*Context*): Lingkungan di mana komunikasi terjadi, termasuk faktor sosial, budaya, dan situasional yang dapat mempengaruhi pengertian pesan.
- Gangguan (*Noise*): Segala sesuatu yang dapat mengganggu atau menghalangi proses komunikasi, seperti kebisingan, kesalahpahaman, atau perbedaan budaya.

### 5. Konsep Media

Menurut McQuail (1983), media adalah saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Ia menggarisbawahi bahwa media mencakup berbagai bentuk komunikasi, termasuk surat kabar, radio, televisi, film, dan media digital seperti internet.

McQuail juga menekankan fungsi media dalam masyarakat, termasuk sebagai sumber informasi, alat pendidikan, dan sarana hiburan. Ia menjelaskan bahwa media tidak hanya berperan sebagai penghubung antara pengirim dan penerima, tetapi juga memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik, membentuk persepsi, dan memfasilitasi interaksi sosial.

## 6. Konsep Ilmu Kepolisian

Terdapat dua aliran besar dalam pengertian ilmu kepolisian. Pertama adalah ilmu kepolisian sebagai ilmu multidisipliner yaitu disiplin ilmu yang berkembang dari penggabungan berbagai cabang ilmu pengetahuan yang telah ada sebelumnya pendapat ini dikemukakan oleh Harsja W. Bachtiar. Kedua adalah ilmu kepolisian merupakan ilmu interdisipliner. Parsudi Suparlan (1998) memberikan definisi yang lebih mendalam mengenai ilmu kepolisian, menjelaskan bahwa bidang ini merupakan suatu area penelitian yang secara khusus berfokus pada permasalahan sosial yang muncul dalam masyarakat.

Suparlan (1998) memantapkan ilmu kepolisian sebagai sebuah cabang ilmu pengetahuan yang harus memiliki paradigma sendiri dan merupakan sebuah bidang ilmu yang corak pendekatannya antar bidang (*Interdisciplinery*), hal ini diperkuat oleh Djamin (2011) menjelaskan, bahwa ilmu kepolisian merupakan disiplin ilmu yang mengintegrasikan prinsip-prinsip keilmuan dari berbagai bidang untuk mempelajari masalah-masalah sosial dan cara penanganannya dalam rangka menciptakan keteraturan sosial. Dahniel (2015) menjelaskan bahwa ilmu kepolisian merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari fungsi dan lembaga kepolisian dalam mengelola masalah-masalah sosial guna mewujudkan keteraturan sosial. Ilmu Kepolisian sama seperti ilmu pengetahuan lainnya yakni memiliki filsafat ilmu, kajian antar bidang dan paradigmanya sendiri.

## 7. Konsep Pemadam Kebakaran Fungsi Humas

Dalam perspektif Rhenald Kasali (2008), pendekatan pemadam kebakaran dalam praktik kehumasan merujuk pada pola kerja yang bersifat reaktif, yaitu hanya merespons ketika krisis telah terjadi dan berkembang secara luas di ruang publik. Ia mengkritik keras gaya komunikasi seperti ini karena menunjukkan ketiadaan strategi, perencanaan, dan sistem deteksi dini terhadap potensi krisis yang muncul.

Dalam pendekatan ini, fungsi humas hanya tampil ke depan saat situasi memburuk, tanpa upaya sistematis untuk membangun komunikasi preventif atau membentuk opini publik secara aktif. Kasali menyebut bahwa humas semestinya tidak hanya menjadi juru bicara, melainkan arsitek komunikasi yang mampu membangun narasi sejak dini dan menciptakan persepsi publik yang positif, ia menegaskan bahwa kegagalan dalam membaca dinamika isu serta keterlambatan dalam memberikan klarifikasi menyebabkan publik membentuk opini sendiri berdasarkan informasi liar yang beredar di media social

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam penanganan krisis komunikasi oleh Humas Polri dalam kasus viral Vina Cirebon. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat menangkap makna dan dinamika sosial yang berkembang di balik respons institusional terhadap isu yang menjadi perhatian publik.

Desain penelitian bersifat studi kasus (*case study*) yang berfokus pada Divisi Humas Polri sebagai unit analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap

informan kunci di lingkungan Polri dan praktisi kehumasan, serta telaah dokumen terhadap sumber-sumber media, pernyataan resmi, dan arsip kelembagaan.

Proses analisis data mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang dilakukan secara simultan dan iteratif. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yang bertujuan mengkonfirmasi temuan dari berbagai sumber data agar diperoleh gambaran yang utuh dan kredibel. Fokus utama dalam pengumpulan dan analisis data adalah pada implementasi fungsi manajemen kehumasan, strategi komunikasi dalam merespons krisis, serta identifikasi poin-poin krusial dalam tindakan Humas Polri, sebagaimana direfleksikan dalam teori manajemen krisis (Kasali), *Situational Crisis Communication Theory* (Combs), dan *Agenda Setting Theory* (McCombs & Shaw).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Manajemen Kehumasan dalam Kasus Vina Cirebon

Pada bagian ini dijelaskan bagaimana fungsi-fungsi manajemen kehumasan tidak berjalan optimal. Terdapat kelemahan dalam hal:

#### a. Perencanaan

Divisi Humas Polri tidak memiliki sistem mitigasi atau proyeksi krisis yang memadai sejak awal kasus Vina tahun 2016. Tidak ada analisis risiko terhadap potensi viralnya kasus ini di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa Humas Polri tidak memiliki rencana komunikasi kontinjensi, apalagi sistem prediksi berbasis data untuk memetakan isu-isu laten yang bisa menjadi krisis.

#### b. Pengorganisasian

Struktur organisasi secara formal memang tersedia, namun secara fungsional antarbagian (misalnya Biro Penmas dan Biro Multimedia) tidak berjalan harmonis. Terjadi fragmentasi koordinasi, di mana tidak ada kejelasan pembagian peran dalam menghadapi krisis, terutama siapa yang memimpin strategi media, siapa yang bertugas monitoring, dan siapa yang bertanggung jawab membuat klarifikasi publik.

#### c. Staffing

Walaupun terdapat alokasi personel, terutama di tingkat Mabes, namun kompetensi dan pelatihan belum merata, khususnya di wilayah seperti Polda Jabar yang menjadi locus kasus. Personel di daerah belum dibekali keterampilan komunikasi krisis digital maupun teknik framing yang adaptif terhadap situasi viral.

#### d. Pengarahan dan Evaluasi

Arahan dari pimpinan ke bawah tidak mengandung panduan teknis atau SOP yang operasional. Evaluasi terhadap kinerja komunikasi cenderung dilakukan setelah krisis meruncing, dan lebih bersifat administratif, bukan evaluasi berbasis dampak komunikasi terhadap persepsi publik.

#### e. Penggunaan Teknologi

Alat pemantauan seperti IMA (*Internet Monitoring Analysis*) dan ISA (*Intelligent Sentiment Analysis*) belum dimanfaatkan secara strategis. Seharusnya, alat ini mampu memberikan peringatan dini atas perubahan opini publik, tren isu viral, atau disinformasi yang menyebar di media sosial, namun ternyata hanya digunakan sebagai alat dokumentasi, bukan alat pengambil

keputusan strategis.

## 2. Strategi Komunikasi dalam Kasus Vina Cirebon

### a. Agenda Setting

Tidak adanya SOP baku menyebabkan pelaksanaan agenda setting bersifat improvisasi dan reaktif. Narasi yang dibentuk tidak berdasarkan peta audiens atau isu, melainkan merespons tekanan media sosial. Hal ini menyebabkan tidak terbangunnya opini publik yang konstruktif dan sinkron dengan versi institusi.

### b. Blasting Message & Kontra Narasi

Strategi penyebaran pesan melalui media sosial dilakukan, namun tidak didasarkan pada koordinasi antara akun resmi dan tidak resmi. Akun-akun non-official Polri (misalnya milik personal anggota) sering kali menyampaikan narasi berbeda, sehingga menimbulkan ketidakkonsistenan yang membingungkan publik.

### c. Viralisasi dan Amplifikasi

Dilakukan untuk menekan konten negatif, namun konten yang diviralkan lebih banyak berisi pembelaan institusi, bukan klarifikasi data atau fakta. Akibatnya, publik tetap skeptis karena konten tidak menjawab pertanyaan mendasar seputar kasus Vina secara transparan.

### d. Penggunaan Diksi dan Strategi Delay

Diksi yang digunakan dalam pernyataan pers bersifat defensif dan kadang teknokratis, tidak empatik. Strategi penundaan (delay) dalam memberi keterangan resmi bertujuan meredam emosi publik, namun justru menciptakan ruang kosong informasi yang diisi oleh opini liar dan teori konspirasi di media sosial.

### e. Penggalangan Media dan Pakar

Humas Polri melakukan pelibatan media mainstream dan pakar, namun pendekatannya top-down dan kurang interaktif. Dalam era media sosial yang partisipatif, pendekatan ini kurang efektif karena tidak membuka dialog dua arah yang bisa membangun kepercayaan.

### f. Pengelolaan Anggaran dan SDM

Alokasi anggaran hingga Rp30 miliar pertahun tidak sepenuhnya tercermin dalam dampak output komunikasi. SDM Humas masih lambat beradaptasi dengan era digital dan algoritma platform seperti TikTok, Twitter (X), dan YouTube, padahal saluran inilah yang paling banyak membentuk opini publik saat krisis.

## 2. Keypoint atau Poin Kunci

Polri tidak melakukan tindakan pencegahan krisis melalui strategi komunikasi awal. Kasus Vina yang sudah ada sejak 2016 tidak diarsipkan sebagai isu potensial yang bisa meledak sewaktu-waktu. Ketika film “Vina: Sebelum 7 Hari” dirilis, Humas Polri tidak siap menghadapi ledakan atensi publik.

Humas Polri tidak memiliki mekanisme pemantauan isu yang mampu mendeteksi sinyal-sinyal krisis dari perbincangan daring. Padahal, data media sosial yang viral sudah mulai terbentuk sejak awal Mei 2024, namun respons baru muncul setelah terjadi tekanan luas.

Tindakan komunikasi Polri selalu muncul setelah gelombang kritik merebak. Tidak ada narasi proaktif atau klarifikasi awal, sehingga komunikasi bersifat defensif dan kehilangan kepercayaan publik sejak awal. Hal ini mengindikasikan kelemahan dalam komunikasi krisis berbasis waktu.

Keterangan dari Polda Jabar dan Mabes Polri tidak sejalan. Misalnya, terkait jumlah DPO dan status tersangka, terdapat perbedaan narasi yang terpublikasi. Ketidakkonsistenan ini memperkuat asumsi publik bahwa Polri tidak transparan dan kurang terorganisasi secara internal.

a. Kegagalan Fungsi Preventif

Polri tidak melakukan tindakan pencegahan krisis melalui strategi komunikasi awal. Kasus Vina yang sudah ada sejak 2016 tidak diarsipkan sebagai isu potensial yang bisa meledak sewaktu-waktu. Ketika film “Vina: Sebelum 7 Hari” dirilis, Humas Polri tidak siap menghadapi ledakan atensi publik.

b. Tidak Ada Sistem Deteksi Dini (Early Warning System)

Humas Polri tidak memiliki mekanisme pemantauan isu yang mampu mendeteksi sinyal-sinyal krisis dari perbincangan daring. Padahal, data media sosial yang viral sudah mulai terbentuk sejak awal Mei 2024, namun respons baru muncul setelah terjadi tekanan luas.

c. Respons Komunikasi yang Terlambat dan Reaktif

Tindakan komunikasi Polri selalu muncul setelah gelombang kritik merebak. Tidak ada narasi proaktif atau klarifikasi awal, sehingga komunikasi bersifat defensif dan kehilangan kepercayaan publik sejak awal. Hal ini mengindikasikan kelemahan dalam komunikasi krisis berbasis waktu.

d. Informasi Tidak Konsisten antar Unit

Keterangan dari Polda Jabar dan Mabes Polri tidak sejalan. Misalnya, terkait jumlah DPO dan status tersangka, terdapat perbedaan narasi yang terpublikasi. Ketidakkonsistenan ini memperkuat asumsi publik bahwa Polri tidak transparan dan kurang terorganisasi secara internal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Divisi Humas Polri belum optimal dalam menangani komunikasi krisis pada kasus Vina Cirebon. Dalam aspek manajemen kehumasan, kelemahan terlihat pada perencanaan yang minim antisipasi terhadap isu viral, pengorganisasian yang belum sinergis antar biro, serta staf yang belum merata kemampuannya, terutama di daerah. Arahan yang diberikan belum disertai petunjuk teknis yang komprehensif, dan evaluasi yang dilakukan bersifat reaktif. Teknologi analisis media sosial seperti IMA dan ISA belum digunakan secara maksimal dalam mendeteksi potensi krisis sejak dini.

Dalam hal strategi komunikasi, Divisi Humas Polri cenderung menggunakan pendekatan yang bersifat reaktif dan tidak konsisten. Tidak adanya SOP baku menyebabkan ketidakterpaduan narasi antara unit pusat dan daerah. Strategi seperti blasting message, kontra narasi, viralisasi, dan penggalangan media tidak diimbangi dengan transparansi substansial atas fakta hukum. Teknik penundaan informasi hanya memperkuat ketidakpercayaan publik. Anggaran besar dan

ketersediaan personel belum mampu mengimbangi kebutuhan komunikasi digital modern yang cepat, terbuka, dan interaktif. Secara umum, tidak adanya sistem identifikasi dini, respons yang lambat dan reaktif, serta ketidakkonsistenan informasi antar unit menyebabkan turunnya kepercayaan publik terhadap institusi Polri. Kegagalan dalam menerapkan prinsip preventif dan strategi komunikasi krisis yang sistematis telah memperparah krisis legitimasi institusional.

## Saran

Berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran strategis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas penanganan komunikasi krisis oleh Divisi Humas Polri. Pertama, penting bagi Polri untuk membangun sistem manajemen krisis yang terstruktur dan berkelanjutan, termasuk penyusunan standar operasional prosedur (SOP) komunikasi krisis, serta pemetaan isu-isu laten yang berpotensi menimbulkan gejolak publik di masa depan. Kedua, dibutuhkan pembentukan tim khusus komunikasi krisis yang terdiri dari personel terlatih di bidang kehumasan, media sosial, dan manajemen reputasi, baik di tingkat pusat (Mabes) maupun kewilayahan (Polda dan Polres). Tim ini harus memiliki kemampuan bergerak cepat dan berkoordinasi lintas unit secara efektif.

Selanjutnya, optimalisasi pemanfaatan teknologi seperti *Internet Monitoring Analysis* (IMA) dan *Intelligent Sentiment Analysis* (ISA) perlu ditingkatkan, tidak hanya sebagai alat dokumentasi, tetapi sebagai sistem deteksi dini untuk merespons dinamika opini publik secara real time. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam literasi komunikasi digital menjadi hal mendesak. Pelatihan berkelanjutan perlu diberikan kepada personel Humas agar mampu mengelola narasi secara strategis di platform digital, seperti; TikTok, Twitter (X), Instagram, dan YouTube. Terakhir, Humas Polri harus mengubah paradigma komunikasinya dari sekadar reaktif menjadi proaktif, dengan menyampaikan informasi yang konsisten, cepat, dan transparan. Langkah ini akan mendukung upaya institusi dalam membangun kembali kepercayaan publik secara berkesinambungan serta mencegah krisis serupa terulang di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bernays, E. (1928). *Propaganda*. New York: Horace Liveright.
- Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2000). *Effective Public Relations (8th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Dahniel, R. A. (2015). *Ilmu Kepolisian dalam Perspektif Strategis*. Jakarta: PTIK Press.
- Dessler, G. (1996). *Human Resource Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Harsja, W. B. (1985). *Ilmu-ilmu Sosial dan Perkembangannya*. Jakarta: LP3ES.
- Kasali, R. (2008). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McElreath, M. P. (1993). *Managing Systematic Public Relations*. Chicago: Brown & Benchmark.
- McFarland, D. E. (1979). *Management: Foundations and Practices*. New York: Macmillan Publishing.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publications.
- O'Hair, D., & Heath, R. L. (2009). *Handbook of Risk and Crisis Communication*. New York: Routledge.
- Schramm, W. (1954). *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of

Illinois Press.

Suparlan, P. (1998). *Menuju Masyarakat Madani: Gagasan, Fakta dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.