



Blunder Komunikasi Pemerintah dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Publik: Tinjauan Literatur

Riry Angelita Gultom^{1*}, Easter B. U. Tobing²

¹⁻²Program Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana, Perbanas Institute, Indonesia

Email: riryangelita@gmail.com¹, easter.tobing08@perbanas.id²

*Penulis Korespondensi: riryangelita@gmail.com

Abstract. *Communication is one of the government's primary instruments for building public trust. On several occasions, government officials or institutions have made errors in word choice, narrative, or message framing referred to in this article as communication blunders which have eroded public trust. This narrative literature review aims to compile and synthesize studies on the relationship between government communication blunders and public trust in Indonesia over the past eight years (2018–2026), using Situational Crisis Communication Theory (SCCT), Image Restoration Theory, and framing theory as analytical lenses. Sources were collected from academic databases (Google Scholar, Garuda, ResearchGate, and DOAJ) using keywords related to communication blunders, government message framing, and situational crisis communication. The review finds that government communication blunders manifest in various forms, including officials' statements perceived as lacking empathy, defensive or reactive crisis responses, and gaps between official media framing and public perception all consistently linked to declining institutional legitimacy and public trust. The studies reviewed further indicate that symbolic recovery strategies without genuine corrective action tend to be less effective, while speed, consistency, transparency, and empathy repeatedly emerge as decisive factors in trust recovery. This review contributes to filling a research gap by synthesizing cases of Indonesian government communication blunders across institutions within a single, consistent analytical framework.*

Keywords: *Communication Blunder; Crisis Communication; Framing; Government; Public Trust.*

Abstrak. Komunikasi merupakan salah satu instrumen utama pemerintah dalam membangun kepercayaan publik. Beberapa kali terdapat kesalahan dalam pemilihan kata, narasi, atau kerangka pesan (*framing*) yang disampaikan pejabat maupun institusi pemerintah, yang dalam artikel ini disebut sebagai blunder komunikasi, sehingga berujung pada terkikisnya kepercayaan publik. Tinjauan literatur naratif ini bertujuan merangkai dan mengumpulkan kajian mengenai hubungan antara blunder komunikasi pemerintah dan kepercayaan publik di Indonesia dalam kurun waktu delapan tahun terakhir (2018–2026), menggunakan kerangka *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), *Image Restoration Theory*, dan teori *framing* sebagai pisau analisis. Sumber dihimpun dari basis data akademik (Google Scholar, Garuda, ResearchGate, dan DOAJ) dengan kata kunci terkait blunder komunikasi, *framing* pesan pemerintah, dan komunikasi krisis situasional. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa blunder komunikasi pemerintah terlihat dalam berbagai bentuk seperti pernyataan pejabat yang dianggap tidak empatik, respons krisis yang defensif atau reaktif, dan kesenjangan antara *framing* media resmi dengan persepsi publik, dan secara konsisten dikaitkan dengan penurunan legitimasi serta kepercayaan publik terhadap institusi terkait. Studi-studi yang ditinjau juga menunjukkan bahwa strategi pemulihan yang bersifat simbolik tanpa tindakan korektif nyata cenderung kurang efektif, sementara kecepatan, konsistensi, transparansi, dan empati secara berulang muncul sebagai faktor yang menentukan efektivitas pemulihan kepercayaan. Tinjauan ini berkontribusi mengisi celah kajian dengan merangkum kasus-kasus blunder komunikasi pemerintah Indonesia secara lintas institusi dalam satu kerangka analitis yang konsisten.

Kata Kunci: Blunder Komunikasi; Framing; Kepercayaan Publik; Komunikasi Krisis; Pemerintah.

1. LATAR BELAKANG

Kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah merupakan sebuah legitimasi yang dapat dibangun dalam satu malam, namun cepat runtuh akibat satu pernyataan yang keliru yang disampaikan di depan publik. Di Indonesia, fenomena salah pernyataan ini cukup sering terjadi, mulai dari lembaga legislatif, kementerian, kepolisian, komisi negara, hingga pucuk pimpinan eksekutif. Kesalahan ini dilakukan dengan pola yang hampir serupa, di mana pernyataan yang

disampaikan dianggap tidak sensitif dengan kondisi masyarakat saat ini, yang di era media sosial saat ini dapat tereskalasi dari isu lokal menjadi krisis nasional dalam hitungan menit. Rumusan masalah dalam tinjauan literatur ini adalah bagaimana blunder komunikasi pemerintah memengaruhi kepercayaan publik terhadap institusi terkait, dan strategi komunikasi apa yang menurut literatur terbukti dapat memitigasi atau memperparah dampaknya. Tujuan tinjauan ini adalah untuk merangkai dan mengumpulkan kajian mengenai hubungan antara blunder komunikasi pemerintah dan kepercayaan publik dalam jangka waktu delapan tahun terakhir, dengan bersandar pada kerangka teori komunikasi krisis yang telah mapan. Secara konseptual, hubungan antara komunikasi krisis dan kepercayaan publik telah dikaji secara sistematis di tingkat internasional, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Liu dan Duarte (2025) melalui tinjauan sistematis mengenai pemulihan kepercayaan publik lewat komunikasi dalam krisis kesehatan, serta kajian sistematis mengenai tata kelola krisis digital pemerintah pada era media sosial 2020–2025 yang dilakukan oleh Margaretha (2026) yang menemukan bahwa kepercayaan publik dibangun bukan hanya oleh transparansi data, melainkan juga oleh persepsi terhadap itikad baik (*goodwill*), integritas, dan kapasitas pemerintah. Namun, kajian yang secara eksplisit merangkum ragam kasus blunder komunikasi pemerintah Indonesia pada lintas institusi dan lintas jenis krisis melalui satu kerangka analitis yang konsisten (SCCT, *Image Restoration Theory*, dan *framing*) masih tersebar dan belum banyak disintesis dalam satu tinjauan. Hal inilah yang menjadi kebaruan dalam kajian ini.

2. KAJIAN TEORITIS

Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) merupakan sebuah model strategi komunikasi yang dikembangkan oleh Dr. W. Timothy Coombs (Coombs, 2007), yang membantu organisasi untuk menentukan cara yang paling efektif untuk merespons krisis berdasarkan sifat, penyebab, dan persepsi tanggung jawab yang melekat. Pada intinya, SCCT menyediakan kerangka kerja terstruktur untuk menyelaraskan strategi komunikasi dengan harapan pemangku kepentingan, guna memastikan bahwa setiap pesan mendukung pemulihan, akuntabilitas, dan kepercayaan. Teori ini menekankan bahwa tidak semua krisis itu sama; setiap krisis memerlukan pendekatan komunikasi yang disesuaikan dengan tingkat keparahan, visibilitas, dan persepsi pemangku kepentingan. Dengan memahami dinamika tersebut, organisasi dapat memilih strategi respons yang paling tepat untuk menangani krisis. Strategi tersebut dapat bersifat defensif, akomodatif, maupun pemulihan, yang bertujuan untuk melindungi reputasi dan menjaga kepercayaan pemangku kepentingan. Organisasi dapat

memilih respons yang paling efektif dengan menerapkan SCCT, mulai dari penyangkalan atau pembenaran, hingga permintaan maaf dan tindakan perbaikan yang didasarkan pada konteks krisis. Penyelarasan strategis ini memastikan pesan yang disampaikan bersifat empatik, kredibel, dan mampu melindungi reputasi, sehingga membantu memulihkan kepercayaan serta menunjukkan akuntabilitas pada masa-masa sulit. Inti dari SCCT bersandar pada premis bahwa tingkat tanggung jawab organisasi atas suatu krisis menentukan besarnya ancaman terhadap reputasi serta jenis strategi komunikasi yang diperlukan untuk menanganinya. Coombs (2007) merancang model ini untuk membantu organisasi merespons secara proporsional dan etis, guna memastikan pesan yang disampaikan selaras dengan harapan pemangku kepentingan serta persepsi mereka mengenai siapa yang patut disalahkan. Teori ini mengidentifikasi tiga variabel penting yang membentuk tingkat ancaman reputasi, yaitu persepsi tanggung jawab krisis, sejarah krisis organisasi sebelumnya, dan reputasi organisasi sebelum krisis terjadi. Berdasarkan tingkat ancaman tersebut, SCCT mengklasifikasikan strategi respons primer ke dalam tiga klaster: klaster korban (strategi menyangkal/*deny*), klaster kecelakaan (strategi meminimalkan atribusi kerusakan), dan klaster kesengajaan (strategi *rebuild* melalui kompensasi dan permintaan maaf). Strategi sekunder seperti penguatan kerja sama, pengingat prestasi masa lalu, dan apresiasi publik berfungsi sebagai pendukung strategi primer. Prinsip etis utama yang ditekankan SCCT adalah keselamatan publik sebagai prioritas pertama dalam setiap respons krisis.

Image Restoration Theory (Benoit)

Image Restoration Theory (IRT), dikembangkan oleh William L. Benoit pada tahun 1995 (Benoit, 2015), mendefinisikan komunikasi sebagai strategi berorientasi tujuan yang berfokus pada pemulihan reputasi organisasi selama krisis. IRT mengidentifikasi strategi perbaikan citra menjadi lima kategori utama, yaitu *denial* (penolakan keterlibatan), *evading responsibility* (menghindari tanggung jawab, termasuk menyalahkan pihak ketiga atau mengklaim ketidaksengajaan), *reducing offensiveness/effectiveness* (mengurangi persepsi keparahan dengan mengingatkan kualitas positif organisasi), *corrective action* (tindakan korektif dan pencegahan pengulangan), dan *mortification* (pengakuan tanggung jawab disertai permintaan maaf). SCCT dan IRT bersifat saling melengkapi, di mana SCCT menyesuaikan pilihan strategi dengan tingkat tanggung jawab dan ancaman reputasi, sementara IRT menyediakan kerangka implementasi respons komunikasi yang konkret sesuai konteks krisis.

Teori Framing

Konsep *framing* dalam studi komunikasi dikemukakan oleh Bateson pada tahun 1955, yang kemudian dikembangkan oleh Erving Goffman (1974), yang menekankan bahwa *frame* adalah sesuatu yang dipelajari dan digunakan dalam interaksi sosial sehari-hari untuk membimbing pemaknaan. Penerapan konsep ini dalam studi media pertama kali dilakukan Gaye Tuchman (1978) dan Todd Gitlin (1980), yang menunjukkan bagaimana rutinitas jurnalistik secara sistematis meminggirkan isu-isu tertentu. Gamson dan Modigliani (1989) menambahkan bahwa wacana publik, termasuk gerakan sosial, akan berhasil jika mampu mendominasi *framing* dibanding pihak lain. Model *framing* yang paling banyak diadopsi dalam kajian komunikasi Indonesia adalah model Robert N. Entman (1993), yang menguraikan *framing* ke dalam empat elemen, yaitu pendefinisian masalah (*define problems*), diagnosis penyebab (*diagnose causes*), penilaian moral (*make moral judgment*), dan rekomendasi solusi (*treatment recommendation*). Analisis *framing* digunakan untuk memahami makna dan pesan yang tersirat dalam pemberitaan maupun pernyataan resmi yang tidak selalu terlihat secara langsung dalam teks.

Kepercayaan Publik sebagai Konstruk

Kepercayaan publik terhadap institusi dipahami sebagai konstruk yang dibentuk oleh interaksi berbagai faktor, dan literatur secara konsisten mengaitkan tiga penyebab utama tergerusnya kepercayaan publik, yaitu polarisasi politik, persepsi korupsi, dan komunikasi yang tidak efektif. Strategi pemulihan kepercayaan menekankan tiga pilar utama, yaitu transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan komunitas/publik, sebagai pendekatan sistematis untuk menghidupkan kembali kepercayaan yang telah terkikis.

3. METODE PENELITIAN

Tinjauan ini disusun sebagai *literature review* naratif, bukan tinjauan sistematis berbasis protokol PRISMA. Sumber-sumber jurnal dihimpun dari basis data Google Scholar, Garuda, ResearchGate, dan DOAJ dengan rentang waktu publikasi tahun 2018 sampai dengan tahun 2026, menggunakan kombinasi kata kunci: ‘blunder komunikasi’, ‘*framing* pesan pemerintah’, ‘komunikasi krisis pemerintah’, ‘kepercayaan publik’, dan ‘*situational crisis communication theory*’. Artikel opini atau media populer (kolom berita, blog) tidak digunakan sebagai sumber akademik primer, dan apabila disinggung dalam pembahasan hanya berfungsi sebagai ilustrasi konteks, bukan rujukan untuk klaim ilmiah. Berdasarkan proses penelusuran tersebut, tinjauan ini pada akhirnya menyintesis delapan sumber utama, terdiri atas enam studi

kasus empiris dan dua sumber teoretis utama, yang dibahas secara mendalam pada bagian Pembahasan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Blunder Komunikasi dan Krisis Legitimasi Lembaga Legislatif: Kasus DPR RI

Sitorus dan Kusumajati (2025) membahas mengenai dinamika blunder komunikasi politik dan upaya pemulihan legitimasi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan metode analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*). Data dihimpun melalui wawancara dengan pakar komunikasi politik, analisis pemberitaan dan dokumen resmi, serta observasi wacana media sosial. Studi ini mengidentifikasi bentuk blunder komunikasi berupa pernyataan kontroversial anggota dewan, kebijakan yang dianggap tidak sensitif, dan strategi komunikasi reaktif yang justru melemahkan kepercayaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa blunder komunikasi politik DPR RI memperkuat persepsi negatif publik dan mengikis legitimasi lembaga secara berkelanjutan. Di samping itu, media sosial berperan sebagai “katalis krisis” yang mempercepat viralitas isu dan memperluas dampak, mengubah kesalahan yang semula bersifat lokal menjadi krisis berskala nasional dalam hitungan menit. Penelitian ini juga menyebutkan bahwa upaya pemulihan legitimasi DPR masih bersifat simbolik, yaitu sebatas klarifikasi dan pemanfaatan media digital tanpa tindakan korektif yang substantif, sehingga efektivitasnya dinilai rendah. Studi ini merekomendasikan strategi komunikasi berbasis etika, transparansi, dan partisipasi publik, disertai protokol komunikasi krisis yang adaptif terhadap ruang digital.

Krisis *Public Relations* Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI): Kasus Berhentinya Audisi Umum Beasiswa Djarum

Cea, Silalahi, dan Nadya (2020) mengkaji bagaimana strategi manajemen krisis diterapkan oleh *public relations* KPAI dalam menghadapi sentimen negatif yang diarahkan kepadanya sebagai akibat dari berhentinya Audisi Umum Beasiswa Djarum tahun 2020, yang disebabkan oleh usulan KPAI yang menganggap penggunaan logo dan merek Djarum pada atribut yang digunakan peserta beasiswa Perkumpulan Bulu Tangkis Djarum (PB Djarum) merupakan sebuah eksploitasi terselubung terhadap anak. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data didapat dari wawancara dengan *Public Relations* KPAI sebagai *key informant* dan Kepala Sekretariat KPAI sebagai *informant*. Data-data lainnya terdiri atas narasi, hasil tanya jawab wawancara, rekaman, catatan, teks berita atau *press release*, dan dokumentasi. Berdasarkan pemberitaan pada 18 September 2019 oleh Kompas, keberatan terhadap hal ini disampaikan dalam rapat yang dihadiri oleh perwakilan

berbagai kementerian, kepala daerah, dan komite olahraga, namun dalam pertemuan tersebut perwakilan PB Djarum tidak dapat hadir karena alasan teknis. PB Djarum Foundation kemudian memutuskan untuk menghentikan Audisi Umum Beasiswa Djarum mulai 2020. Di sisi lain, pihak KPAI sebenarnya tidak bermaksud memberhentikan audisi bulu tangkis untuk anak-anak, melainkan hanya meminta agar penyelenggaraan audisi tidak menggunakan nama merek, logo, dan gambar produk tembakau, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012. Terhadap hal ini, KPAI mendapat beragam respons dari masyarakat, baik positif maupun negatif. Tagar #BubarkanKPAI menjadi ramai di media sosial Twitter pada 9 September 2019. Tidak berhenti sampai di situ, KPAI juga menghadapi dampak lain berupa peretasan akun *Instagram* dan *website* resmi KPAI yang menyerukan agar KPAI dibubarkan. Akhirnya, pada 12 September 2019, KPAI dan PB Djarum Foundation mencapai kesepakatan bersama dan mengakhiri polemik ini. Keunikan kasus ini terletak pada fakta bahwa KPAI sebenarnya hanya ingin menegakkan aturan yang telah ada untuk melindungi anak-anak peserta audisi beasiswa dari eksploitasi, bukan untuk membubarkan beasiswa yang telah berlangsung sejak 2006. Intensinya baik, namun maksud tersebut tidak mendapat respons yang sesuai dengan harapan. Dengan kerangka SCCT, studi ini mengategorikan krisis KPAI sebagai tipe *accidental* (tidak disengaja) dengan tingkat ancaman reputasi menengah, karena krisis timbul dari pelaksanaan tugas pengawasan yang sah, bukan dari kesalahan yang disengaja. Strategi respons yang diterapkan KPAI, berupa rapat internal, konferensi pers, dan *press release*, dilakukan secara konsisten dengan strategi *diminish* (meminimalkan tanggung jawab organisasi), yakni menegaskan bahwa niat KPAI bukan membubarkan audisi, melainkan hanya mencegah pencantuman logo rokok pada atribut anak. Studi ini menyimpulkan bahwa kesesuaian antara jenis krisis dan strategi respons yang dipilih menjadi faktor penentu keberhasilan KPAI meredam eskalasi krisis dan pada akhirnya mencapai kesepakatan dengan PB Djarum, meski hambatan utama yang dihadapi adalah kesulitan menyampaikan niat baik lembaga secara efektif kepada publik yang telanjur terbentuk persepsi negatifnya melalui media sosial.

Framing Media dan Kesenjangan Persepsi Publik dalam Krisis Kesehatan: Kasus Kebijakan Pandemi COVID-19

Zahra, Purnomo, Tonario, dan Nurmandi (2020) dari Jusuf Kalla School of Government UMY menganalisis pemberitaan tiga portal berita utama (Antaraneews.com, Kompas.com, dan Detik.com) periode Januari hingga Maret 2020. Data dihimpun menggunakan analisis wacana kritis dengan bantuan perangkat lunak NCapture/NVivo 12 Plus, serta analisis sentimen publik di Twitter melalui NodeXL pada tagar #COVID19Indonesia. Hasilnya ditemukan pergeseran

framing pemberitaan dari informasi dasar COVID-19 pada Januari menuju isu kebijakan pemerintah pada Februari hingga Maret. Yang paling signifikan, studi ini menemukan kesenjangan yang nyata antara *framing* media arus utama yang cenderung positif terhadap respons pemerintah dan sentimen publik di media sosial yang justru didominasi nada protes, dengan indikator protes tercatat sebagai nilai tertinggi dibanding indikator sentimen lain. Studi ini merekomendasikan komunikasi pemerintah yang lebih jelas, transparan, dan dua arah untuk membangun kepercayaan publik yang *genuine*, bukan sekadar tercermin dalam *framing* media resmi. Sejalan dengan temuan ini, kajian komunikasi krisis pemerintah Indonesia dalam penanganan COVID-19 (dengan pendekatan studi kasus dan studi literatur) oleh Aziz dan Wicaksono (2020) merekomendasikan strategi “*rebuilding posture*” yang menggabungkan permintaan maaf dan kompensasi sebagai pilihan optimal, serta merumuskan enam elemen kunci komunikasi krisis yang efektif, yaitu kecepatan penyebaran informasi, konsistensi pesan, transparansi data dan kebijakan, kesadaran krisis yang ditunjukkan berbagai elemen pemerintah, penguatan komunikasi internal, dan efektivitas transmisi pesan ke publik.

Pernyataan Kontroversial Pejabat Negara: Kasus Menteri Keuangan Purbaya dan Gerakan “17+8”

Agustin, Trijayanto, dan Syayekti (2025) menganalisis *framing* kualitatif model Entman terhadap pemberitaan Kompas.com dan Detik.com (9 artikel, 9–10 September 2025) mengenai pernyataan Menteri Keuangan Purbaya Yudhi Sadewa yang menyebut tuntutan gerakan “17+8” sebagai “suara sebagian kecil rakyat” yang merasa terganggu karena kehidupan kurang sejahtera, seraya menambahkan bahwa pertumbuhan ekonomi akan menyelesaikan masalah secara otomatis. Temuan menunjukkan kedua media menjalankan fungsi kontrol sosial dengan penekanan berbeda, di mana Kompas.com membingkai isu secara sistemik dengan mengkritik mentalitas elite politik yang mengabaikan aspirasi rakyat, sementara Detik.com lebih menyoroti dimensi personal berupa kegagalan adaptasi etika komunikasi sang menteri (Agustin et al., 2025). Studi terpisah yang dilakukan oleh Mansyur, H., & Rasyid, A. (2026) menganalisis pemberitaan Kompas.com secara lebih luas terhadap sosok yang sama (10 dari 701 berita, periode Oktober 2025) menemukan bahwa *framing* media terhadap pejabat tersebut dapat berubah, mulai dari menampilkan keberhasilan kinerja hingga memberikan kritik terhadap koordinasi antarlembaga. Hal ini menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk realitas sosial dan memengaruhi cara masyarakat memandang pejabat tersebut. Hasil analisis menyimpulkan bahwa Kompas.com dan Detik.com telah secara efektif menjalankan fungsinya sebagai kontrol sosial pemerintah. Kedua studi ini bersama-sama menyimpulkan bahwa pejabat publik membutuhkan tidak hanya kompetensi

kerja yang substantif, tetapi juga harus disertai empati dan akuntabilitas perilaku dalam berkomunikasi.

***Framing* Institusional sebagai Strategi Mitigasi: Kasus Humas Polda Riau**

Riska et al. (2025) melakukan analisis terhadap akun Instagram @humaspolda_riau (9 unggahan, November hingga Desember 2025) yang menunjukkan penerapan *framing* model Entman yang dinilai efektif dalam konteks krisis bencana banjir bandang dan tanah longsor yang menimpa beberapa wilayah di Pulau Sumatera, termasuk Provinsi Riau, pada November 2025. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis *framing* model Entman. Studi ini menemukan bagaimana empat fungsi *framing* diterapkan: pertama, mendefinisikan bencana sebagai krisis kemanusiaan yang memerlukan solidaritas alih-alih kegagalan institusi; kedua, mendiagnosis penyebab pada faktor eksternal (kondisi alam) untuk menjauhkan atribusi tanggung jawab dari kepolisian; ketiga, memosisikan polisi sebagai “pahlawan kemanusiaan” yang profesional dan berempati; dan keempat, menekankan solusi berupa dialog berkelanjutan, transparansi, edukasi, serta kolaborasi publik-polisi. Studi ini menjadi pembanding penting karena menunjukkan bahwa strategi *framing* dengan model Entman dapat digunakan secara efektif untuk memulihkan citra, terutama ketika didukung oleh narasi yang humanis dengan pesan yang disampaikan secara konsisten. Hal ini berbeda dengan beberapa kasus lain dalam tinjauan ini yang justru mengalami kegagalan komunikasi atau blunder dalam membangun citra positif.

Perspektif Kontemporer: Era Pemerintahan Prabowo (2024–2026)

Fawaz (2026) menyajikan studi kasus kualitatif yang mengkaji strategi komunikasi krisis Presiden Prabowo Subianto dalam mengelola *brand image* di tengah kontroversi Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Penelitian ini menggunakan analisis sekunder terhadap konten media sosial presiden, liputan media nasional, dan wawancara pakar komunikasi politik, akademisi, serta jurnalis (*purposive* dan *snowball sampling*). Studi ini mengidentifikasi tiga tema utama, yaitu legitimasi moral melalui konstruksi narasi kepedulian sosial, kredibilitas kepemimpinan melalui penguatan citra sebagai pemimpin yang tegas dan berorientasi solusi, serta *leverage digital* melalui pemanfaatan media sosial sebagai alat kontrol pesan dan legitimasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis yang dilakukan oleh Presiden Prabowo Subianto adalah dengan merekonstruksi kepedulian sosial, penguatan citra kepemimpinan yang tegas dan solutif, serta pemanfaatan media digital sebagai instrumen legitimasi publik. Studi ini menyimpulkan bahwa komunikasi krisis memiliki fungsi ganda, yaitu untuk merespons kritik sekaligus mempertahankan identitas simbolik dan kepercayaan publik, dan berkontribusi pada kajian komunikasi politik dengan memosisikan *brand image*

sebagai elemen strategis penting bagi legitimasi kepemimpinan, dengan menekankan konsistensi, pesan berbasis nilai, dan adaptasi digital.

Sintesis Lintas Kasus

Berdasarkan temuan dari keenam subbab di atas, terlihat adanya pola yang sesuai dengan prediksi SCCT dan IRT. Pertama, kesalahan yang paling sering terjadi adalah cara penyampaian pesan yang kurang empatik dan kurang memperhatikan kondisi masyarakat. Hal ini terlihat dalam kasus DPR RI dan kasus Purbaya. Dalam perspektif IRT, kondisi tersebut menunjukkan kurangnya pengakuan dan tanggung jawab atas masalah yang terjadi. Kedua, respons terhadap krisis cenderung bersifat reaktif dan hanya berupa tindakan simbolis, tanpa diikuti langkah perbaikan yang nyata. Kondisi ini terlihat pada kasus DPR RI yang menunjukkan rendahnya keberhasilan dalam memulihkan kepercayaan publik. Temuan ini sejalan dengan SCCT, yang menjelaskan bahwa strategi komunikasi pendukung saja tidak cukup untuk memulihkan reputasi jika tidak disertai dengan tindakan utama yang tepat. Ketiga, kesenjangan antara *framing* resmi/media arus utama dan persepsi publik di ruang digital (kasus COVID-19) menunjukkan bahwa kepercayaan publik tidak semata dibentuk oleh narasi yang disampaikan pemerintah, melainkan oleh bagaimana narasi itu diterima dan diinterpretasikan ulang oleh publik di media sosial. Sebaliknya, kasus Humas Polda Riau dan KPAI menunjukkan bahwa *framing* yang sama dapat menjadi alat pemulihan citra yang efektif bila dikombinasikan dengan empati, konsistensi pesan, dan visual yang humanis, sehingga menegaskan bahwa bukan *framing* itu sendiri yang menentukan hasil, melainkan kesesuaiannya dengan konteks dan penerimaan publik.

5. KESIMPULAN

Tinjauan literatur ini menunjukkan bahwa blunder komunikasi pemerintah, baik dalam bentuk pernyataan pejabat yang tidak empatik, respons krisis yang reaktif, maupun kesenjangan *framing* media dengan persepsi publik, secara konsisten dikaitkan dengan penurunan legitimasi dan kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah di Indonesia. Studi-studi yang ditinjau, baik yang berbasis kerangka SCCT, *Image Restoration Theory*, maupun analisis *framing* Entman, secara umum sepakat bahwa kecepatan, konsistensi, transparansi, dan terutama empati dalam komunikasi merupakan faktor penentu efektivitas pemulihan kepercayaan, sementara strategi yang bersifat simbolik tanpa tindakan korektif nyata cenderung gagal memulihkan legitimasi. Implikasi manajerial bagi Humas pemerintah dan pengelola komunikasi institusi meliputi perlunya protokol komunikasi krisis yang disusun sejak masa pra-krisis (bukan disusun secara *ad hoc* saat krisis terjadi), pelatihan kepekaan/etika

komunikasi bagi pejabat publik yang berhadapan langsung dengan media, serta mekanisme pemantauan sentimen publik di media sosial secara *real-time* untuk mendeteksi kesenjangan antara narasi resmi dan persepsi publik sedini mungkin. Tinjauan ini memiliki keterbatasan metodologis karena bersifat naratif, bukan tinjauan sistematis dengan protokol eksplisit seperti PRISMA, sehingga rentan terhadap bias pemilihan sumber oleh penulis. Sebaran kasus juga masih didominasi oleh peristiwa tertentu (COVID-19 dan kontroversi tahun 2025), sehingga generalisasi ke seluruh jenis institusi pemerintah perlu dilakukan dengan hati-hati. Penelitian selanjutnya yang bersifat empiris, misalnya melalui survei kepercayaan publik pra- dan pascainsiden blunder komunikasi tertentu, diperlukan untuk menguji hubungan kausal yang dalam tinjauan literatur ini masih bersifat deskriptif-kualitatif.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, D. A., Trijayanto, D., & Syayekti, E. I. D. (2025). Pernyataan kontroversial pejabat negara dalam pemberitaan media (Analisis framing pada Detik.com dan Kompas.com). *KJOURDIA: Kediri Journal of Journalism and Digital Media*, 3(2), 129–143.
- Bateson, G. (1955). A theory of play and fantasy. *Psychiatric Research Reports*, (2), 39–51.
- Benoit, W. L. (2015). *Accounts, excuses, and apologies: Image repair theory and research* (2nd ed.). State University of New York Press.
- Cea, K., Silalahi, R. R., & Nadya, R. (2020). Strategi manajemen krisis public relations Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI). *Mediasi: Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 1(3), 228–236.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fawaz, F. (2026). Strategi komunikasi krisis Presiden Prabowo Subianto dalam mengelola brand image untuk mempertahankan kepercayaan publik di tengah kontroversi Program Makan Bergizi Gratis. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 72–78.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37. <https://doi.org/10.1086/229213>
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.

- Liu, Y., & Duarte, H. (2025). Repairing public trust through communication in health crises: A systematic review of the literature. *Public Management Review*, 27(5), 1292–1312. <https://doi.org/10.1080/14719037.2023.2284224>
- Mansyur, H., & Rasyid, A. (2026). Analisis framing Robert N. Entman dalam konstruksi citra Purbaya Yudhi Sadewa pada media online Kompas.com. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 10(1), 136–149. <https://doi.org/10.30743/mkd.v10i1.13299>
- Margaretha, J. (2026). Digital crisis governance: A systematic study of government crisis communication in the social media era (2020–2025). *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 6(2), 1958–1967. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v6i2.52784>
- Riska, Kinanti, R. P., Bernolian, D., & Razzaq, A. (2025). Framing pesan Humas Polda Riau di Instagram @humaspolda_riau dalam meningkatkan citra pasca bencana alam di Sumatera. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 38032–38041.
- Sitorus, A. A., & Kusumajati, H. (2025). Dinamika blunder komunikasi politik dan upaya pemulihan legitimasi: Analisis citra DPR RI di ruang publik. *Journal of Indonesian Rural and Regional Government*, 9(2), 278–289. <https://doi.org/10.47431/jirreg.v9i2.693>
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press.
- Zahra, A. A., Purnomo, E. P., Tonario, C., & Nurmandi, A. (2020). *Framing media terhadap kepercayaan publik dalam kebijakan pandemi COVID-19 di Indonesia*. Jusuf Kalla School of Government, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <https://jksg.umy.ac.id/research-press-release-framing-media-terhadap-kepercayaan-publik-dalam-kebijakan-pandemi-covid19-di-indonesia/>