

Peran Humas Polrestabes Surabaya dalam Meningkatkan Citra Positif Instansi Pasca Aksi Demonstrasi Tragedi 'Affan Kurniawan'

Listya Ayu Nur Aini¹, Rieka Dyah Mareta Valburyningrum², Nabila Fitriana Atmaranti³,
Alisha Arrumi Putri⁴, Nadya Angeli Vega⁵

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3,4,5}

listya.23199@mhs.unesa.ac.id ¹ rieke.23230@mhs.unesa.ac.id ²

nabila.23227@mhs.unesa.ac.id ³ alisha.23244@mhs.unesa.ac.id ⁴

nadya.23222@mhs.unesa.ac.id ⁵

Artikel diserahkan pada: 09-11-2025; direvisi pada: 19-11-2025; diterima pada: 5-12-2025

ABSTRAK: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tragedi Affan Kurniawan yang memunculkan krisis kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. Dalam situasi pasca demonstrasi tersebut, Humas Polrestabes Surabaya menghadapi tantangan besar untuk menjaga stabilitas opini publik dan memulihkan citra positif institusi. Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana strategi komunikasi krisis dijalankan oleh Humas kepolisian dalam merespons isu sosial yang viral di era digital. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada konteks kasus yang diangkat, yaitu tragedi sosial yang menuntut transparansi publik dan empati kelembagaan, berbeda dari penelitian terdahulu yang lebih menyoroti krisis internal organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang dilakukan di Humas Polrestabes Surabaya. Data diperoleh melalui wawancara mendalam bersama dengan staf Humas, observasi langsung terhadap aktivitas komunikasi publik, serta dokumentasi unggahan media sosial resmi *@humaspolrestabessby*. Analisis penelitian menggunakan teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) oleh Coombs dan Holladay yang membagi krisis menjadi tiga tahap: *pre-crisis*, *crisis*, dan *post-crisis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polrestabes Surabaya menjalankan fungsi komunikasi krisis sesuai model SCCT, dengan tahapan verifikasi dan kontrol informasi pada fase *pre-crisis*, strategi *quick response* dan mediasi publik pada fase *crisis*, serta rekonsiliasi dan penguatan hubungan dengan masyarakat pada fase *post-crisis*. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan prinsip SCCT membantu Humas dalam mereduksi dampak negatif krisis, mempertahankan kepercayaan publik, dan memulihkan citra positif kepolisian melalui komunikasi yang transparan dan humanis di era digital.

Kata Kunci: Humas; Kepolisian; Manajemen Krisis; Citra; Komunikasi Publik.

PENDAHULUAN

Pada 28 Agustus 2025, sebuah peristiwa tragis terjadi saat rangkaian

demonstrasi yang berlangsung di sekitar Kawasan DPR/MPR RI. Seorang pengemudi ojek *online* bernama Affan Kurniawan (21) dinyatakan meninggal

dunia usia terlindas oleh kendaraan taktis (rantis) yang pada saat itu digunakan oleh aparat saat melakukan pengendalian massa. Insiden yang terekam dalam video dan cepat menyebar melalui media sosial tersebut turut memicu gelombang protes dan solidaritas di berbagai kota (termasuk aksi-aksi menuntut keadilan dan pengusutan), serta menimbulkan kecaman dari lembaga hak asasi dan organisasi masyarakat sipil. Kejadian ini kemudian menjadi titik api yang memperluas momentum protes nasional terhadap aparat dan kebijakan publik yang dipersepsikan kurang responsif [1].

Tragedi tersebut secara langsung telah menimbulkan guncangan pada citra dan tingkat kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. Ketika korban dipresentasikan di ruang publik sebagai “*warga biasa*” yang sedang bekerja dan ketika narasi publik mengenai penyebab kematian sinkron dengan rekaman visual yang telah tersebar dan *viral* di media sosial, persepsi publik terhadap profesionalisme, akuntabilitas, dan kesahajaan institusi kepolisian mudah terdeformasi menjadi narasi negatif. Dampak ini bukan hanya bersifat emosional (kemarahan, duka dan solidaritas), tetapi juga berdampak strategis: menurunnya legitimasi institusi pada mata publik, meningkatnya tuntutan transparansi

dan pertanggungjawaban, serta potensi erosi kerja sama masyarakat dan kepolisian. Laporan media dan pernyataan organisasi sipil menunjukkan bagaimana peristiwa ini memicu tuntutan investigasi dan sanksi serta memobilisasi ribuan warga di beberapa kota.

Citra positif menjadi aspek yang sangat penting untuk terus ditingkatkan oleh sebuah instansi, terlebih bagi institusi kepolisian yang berfungsi sebagai penyelenggara layanan publik dan sangat bergantung pada tingkat kepercayaan masyarakat. Berbeda dengan organisasi komersial yang memperoleh legitimasi melalui *profit*, kepolisian memperoleh legitimasi sepenuhnya dari *public trust*. Ketika citra institusi baik, masyarakat akan lebih bersedia bekerja sama dalam proses hukum, memberikan laporan atau informasi penting, mematuhi imbauan keamanan, serta mempercayai tindakan aparat di lapangan. Sebaliknya, ketika citra kepolisian menurun, kondisi ini memunculkan *trust deficit* yang dapat menghambat kinerja institusi baik pada level operasional maupun strategis. Dampak citra negatif juga tidak hanya dirasakan oleh institusi secara internal, tetapi turut berpengaruh pada efektivitas hubungan kepolisian dengan masyarakat yang menjadi fondasi utama keberlangsungan fungsi mereka.

Lebih jauh, hubungan polisi dengan masyarakat adalah relasi jangka panjang yang berlangsung setiap hari, sehingga citra positif bukan sekadar kebutuhan komunikasi, melainkan aset institusional yang menentukan keberlanjutan tugas kepolisian. Citra yang baik dapat memperkuat kedekatan dan rasa saling percaya antara aparat dan masyarakat, meningkatkan dukungan publik terhadap kebijakan keamanan, memudahkan pelaksanaan berbagai program kepolisian, serta menambah efektivitas tindakan aparat di lapangan. Dengan demikian, citra positif berfungsi sebagai fondasi yang memungkinkan kepolisian menjalankan perannya secara optimal dan memperoleh legitimasi yang stabil dari masyarakat.

Dalam konteks tersebut, fungsi Humas (Hubungan Masyarakat) Polrestabes Surabaya menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Sesuai dengan peran *public relation* menurut Cultip, Center dan Broom, peran humas artinya berfungsi sebagai manajemen yang membangun, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik, harmonis dan bermanfaat antara organisasi dengan public dan dapat memengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi tersebut di mata publik [2]. Oleh karena itu peran humas tidak lagi sekadar "*menyampaikan informasi*", namun humas juga harus

menjadi pengelola narasi krisis yang mengintegrasikan bukti, proses hukum, empati terhadap publik dan khalayak, serta strategi transparansi untuk memulihkan citra.

Secara teoritis *paper* ini menggunakan teori Manajemen Krisis atau *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* milik Dr. W. Timothy Coombs PhD. Dan Dr. Sherry J. Holladay PhD. dalam bukunya "*On Going Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*" [3]. Teori SCCT ini menentukan atau mengatur strategi Perusahaan untuk sigap menangani sebuah krisis yang dapat mengancam sebuah instansi tersebut [4]. Menurut mereka, dalam realita yang sesungguhnya manajemen krisis bersifat kompleks dan terbagi dalam tiga fase yaitu *pre-crisis*, *crisis-response*, dan *post-crisis*. Saat *pre-crisis*, instansi akan lebih focus kepada upaya persiapan dan pencegahan, sekaligus peran humas harus dapat memetakan atau menemukan permasalahan yang dapat berpotensi menjadi krisis. Lalu pada fase *crisis-response*, organisasi atau instansi harus memberikan respons yang cepat, akurat, dan konsisten. Dan yang terakhir adalah fase *post-crisis* yang disebut sebagai fase untuk memulihkan Kembali hubungan baik bersama beberapa pemangku kepentingan yang memiliki hubungan erat dengan krisis yang ada atau mempersiapkan persiapan yang

lebih komprehensif untuk menghadapi krisis-krisis atau permasalahan yang kemungkinan akan ada di masa mendatang.

Kebaruan atau *novelty* dari penelitian ini terletak pada konteks dan fokus isu yang diangkat. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh R.A. Shofya Sartikasari Widhara dengan judul “Manajemen Krisis *Public Relations* Polda Jabar dalam Membangun Citra Positif Melalui Media Massa” menyoroti strategi humas kepolisian dalam menangani krisis akibat tindakan oknum polisi terhadap anak tirinya. Studi tersebut menekankan pentingnya penerapan teori manajemen krisis dari Coombs & Holladay melalui tiga tahapan, yakni *pre-crisis*, *crisis*, dan *post-crisis* untuk memulihkan kepercayaan publik. Sementara itu, penelitian yang penulis lakukan menghadirkan kebaruan dengan menyoroti kasus yang berbeda. Penelitian ini berfokus pada peran Humas Polrestabes Surabaya dalam membangun kembali citra positif instansi pasca demonstrasi tragedi Affan Kurniawan, yaitu sebuah peristiwa sosial yang memunculkan keresahan publik dan berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kepolisian. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya membahas strategi manajemen krisis secara umum, melainkan juga menelaah bagaimana Humas

Polrestabes Surabaya mengelola komunikasi publik, serta mengembalikan reputasi institusi di tengah situasi yang sensitif dan sarat dinamika sosial.

Sehingga penelitian ini menjadi penting untuk segera dilakukan karena berkaitan langsung dengan isu kepercayaan publik terhadap institusi penegak hukum, sebuah topik yang memiliki relevansi tinggi dalam konteks sosial masyarakat saat ini. Dalam era keterbukaan informasi dan pesatnya arus media digital, citra institusi kepolisian sangat mudah terpengaruh oleh opini publik yang terbentuk dari pemberitaan maupun percakapan daring. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap studi manajemen krisis, tetapi juga memperluas kajian tentang peran strategis Humas dalam menjaga stabilitas citra dan legitimasi institusi di mata masyarakat. Dengan mengangkat kasus Polrestabes Surabaya pasca demonstrasi Affan Kurniawan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis sekaligus praktis bagi pengembangan strategi komunikasi humas di lingkungan instansi publik, khususnya lembaga kepolisian di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, penelitian ini memiliki rumusan masalah tentang bagaimana peran yang dilakukan oleh humas Polrestabes Surabaya dalam

meningkatkan citra positif instansi mereka pasca aksi demonstrasi 'Affan Kurniawan', dan sekaligus memiliki tujuan untuk mengetahui tentang bagaimana peran humas polrestabes surabaya dalam meningkatkan citra positif instansi pasca aksi demonstrasi tragedi 'affan kurniawan' tersebut. Dengan menggunakan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran sebuah *pr* atau humas dalam sebuah instansi, terkhusus instansi kepolisian dalam menanggapi atau mengatasi sebuah krisis yang ada dan bagaimana peran mereka untuk meningkatkan citra positifnya Kembali di mata masyarakat. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi humas di lingkungan instansi dalam merancang strategi komunikasi yang lebih baik kedepannya di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada deskripsi dan analisis mendalam terhadap fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, serta persepsi individu dan kelompok [5]. Penelitian ini dilakukan secara sistematis untuk menafsirkan makna melalui proses menggambarkan, mengungkapkan, dan menjelaskan data yang diperoleh

dari informan. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian adalah menggali makna, persepsi, serta peran komunikasi yang dilakukan oleh Humas Polrestabes Surabaya. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana Humas Polrestabes Surabaya berperan dalam membangun dan memulihkan citra positif institusi pasca terjadinya aksi demonstrasi yang melibatkan masyarakat dan aparat kepolisian. Selain itu metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus adalah serangkaian kegiatan ilmiah yang mempelajari suatu kejadian, situasi, atau fenomena sosial yang memiliki tujuan untuk mengungkap keunikan atau karakteristik yang terdapat didalam suatu kasus [6].

Penelitian ini secara khusus dilakukan di Kepolisian Resor Kota Besar (Polrestabes) Surabaya, yang berlokasi di Jalan Sikatan No.1, Krembangan Selatan, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya, Jawa Timur. Objek dalam penelitian ini adalah Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Polrestabes Surabaya. Lokasi penelitian ini dipilih karena Polrestabes Surabaya merupakan salah satu institusi kepolisian yang memiliki peran strategis dalam menjaga keamanan serta citra kepolisian di wilayah metropolitan. Selain itu, pasca aksi demonstrasi yang sempat

memunculkan sorotan publik terhadap aparat, Humas Polrestaes Surabaya memiliki tanggung jawab yang penting dalam memperbaiki persepsi masyarakat melalui berbagai strategi komunikasi publik. Fokus penelitian diarahkan pada peran, strategi, serta aktivitas Humas dalam mengelola citra positif instansi setelah munculnya pemberitaan dan opini publik yang terbentuk pasca aksi demonstrasi. Peneliti akan menelaah bagaimana Humas merancang strategi komunikasi, melakukan manajemen media, serta memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram resmi Polrestaes Surabaya (@humaspolrestabessby), sebagai saluran utama untuk membentuk narasi positif di mata publik.

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 2 bagian, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diambil dari hasil wawancara mendalam dengan staf Humas Polrestaes Surabaya. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi, proses pengambilan keputusan, dan pengalaman mereka sebagai humas dalam menghadapi isu peningkatan citra positif pasca demonstrasi. Selain itu, data primer juga didapatkan melalui observasi langsung terhadap aktivitas dan pola kerja Humas, baik dalam kegiatan konferensi pers, peliputan kegiatan Polrestaes, maupun interaksi mereka dengan media massa dan masyarakat.

Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen dan sumber yang sudah ada. Data sekunder pertama adalah postingan resmi Instagram Humas Polrestaes Surabaya (@humaspolrestabessby) yang berkaitan dengan isu pasca demonstrasi, kegiatan sosial, dan publikasi positif institusi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi langsung, serta dokumentasi dan analisis media sosial. Wawancara mendalam atau *in-depth interview* bertujuan untuk menggali informasi secara langsung dari narasumber utama, yaitu staf Humas Polrestaes Surabaya. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan yang fleksibel agar narasumber dapat memberikan penjelasan mendalam. Fokus wawancara mencakup peran humas dalam menangani isu pasca demonstrasi, strategi komunikasi yang digunakan untuk membangun kembali citra positif, pemanfaatan media sosial dalam menyampaikan pesan institusi, serta tantangan yang dihadapi dalam membentuk persepsi publik. Wawancara dilakukan secara tatap muka atau *offline* di kantor Humas Polrestaes Surabaya. Peneliti akan mencatat dan merekam (dengan izin narasumber) untuk keperluan analisis lebih lanjut. Observasi langsung dilakukan untuk memahami secara empiris aktivitas dan interaksi yang

terjadi di lingkungan kerja Humas Polrestaes Surabaya. Peneliti mengamati kegiatan rutin seperti konferensi pers, pembuatan konten media sosial, serta interaksi dengan awak media. Observasi dilakukan secara partisipatif pasif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan, namun mengamati dan mencatat perilaku serta pola komunikasi yang muncul. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan arsip digital berupa unggahan Instagram, serta publikasi resmi yang dikeluarkan oleh Humas Polrestaes Surabaya. Analisis terhadap postingan Instagram dilakukan dengan memperhatikan isi pesan, bentuk visual, narasi *caption*, serta respon publik (komentar, *like*, *share*). Data ini penting untuk memahami bagaimana media sosial digunakan sebagai alat strategi komunikasi publik.

Untuk kebutuhan analisis data, peneliti menggunakan teori Manajemen Krisis atau *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* milik Dr. W. Timothy Coombs PhD. Dan Dr. Sherry J. Holladay PhD. dalam bukunya "*On Going Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*". *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* dikemukakan pertama kali oleh W. Timothy Coombs sejak tahun 1995. Coombs & Holladay menjelaskan penarikan kesimpulan teori ini didasari oleh peristiwa krisis yang memberikan

dampak negatif bagi organisasi maupun *stakeholder* yang bersangkutan, sehingga diperlukan tanggung jawab untuk mengatasinya. Dalam menganalisis sebuah penelitian menggunakan teori SCCT oleh Coombs & Holladay, peneliti harus memahami tiga jenis fase indikator yang diungkapkan oleh Coombs & Holladay yaitu sebagai berikut:

Table 1 Teori SCCT

	Definisi
<i>Pre-Crisis</i>	Fase dimana institusi sebagai organisasi mengumpulkan informasi-informasi risiko, menyusun strategi respons yang tepat dilakukan saat krisis, hingga menentukan strategi apa yang akan digunakan.
<i>Crisis</i>	Fase dimana institusi sebagai organisasi melindungi reputasi dengan tiga tujuan utama yaitu membentuk atribusi krisis, mengubah persepsi publik, dan mengurangi dampak negatif.
<i>Post-Crisis</i>	Fase dimana institusi sebagai organisasi melakukan evaluasi dan menjadikan krisis sebagai

	pembelajaran kedepannya dan menyediakan pesan dan agenda yang dibutuhkan setelah krisis berlangsung. Selain itu, dalam fase ini instansi juga harus memenuhi komitmen yang dibuat selama fase krisis (memberi informasi tindak lanjut kepada beberapa <i>stakeholder</i>)
--	--

Setelah memahami teori yang digunakan maka analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang memiliki tiga tahap yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi [7]. Tahap pertama adalah reduksi data, yakni tahap di mana peneliti menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hanya informasi yang relevan dengan fokus penelitian yang akan dipertahankan. Tahap kedua adalah penyajian data. Setelah data direduksi, peneliti menyajikannya dalam bentuk naratif, tabel, maupun diagram alur yang menggambarkan pola hubungan antara strategi Humas dan persepsi

publik. Penyajian data membantu peneliti melihat keterkaitan antartemuan, peristiwa, dan tindakan yang dilakukan oleh Humas Polrestaes Surabaya. Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan sementara yang kemudian diverifikasi dengan membandingkan hasil wawancara dan observasi, serta memeriksa konsistensi temuan dengan teori yang digunakan, yakni teori manajemen krisis oleh Coombs dan Holladay [8]. Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana Humas berperan dalam mengelola komunikasi dan strategi penanganan krisis guna meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi institusi, serta membangun kembali kepercayaan publik pasca terjadinya krisis [9]. Proses analisis dilakukan secara simultan selama pengumpulan data berlangsung, sehingga setiap temuan lapangan dapat segera diverifikasi dan diperkuat dengan data tambahan apabila diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pengumpulan data penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan beberapa staf Humas Polrestaes Surabaya. Wawancara tersebut dirancang dengan panduan pertanyaan yang telah disusun berdasarkan fokus penelitian dan teori yang digunakan, yakni teori manajemen krisis oleh Coombs dan Holladay (2010).

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan mencakup pemahaman mengenai peran dan tanggung jawab Humas, bagaimana mereka memajemen krisis, merespons situasi krisis, serta langkah-langkah yang dilakukan setelah krisis mereda. Selain itu, wawancara juga dilengkapi dengan pertanyaan penutup yang bersifat reflektif, berupa saran dan rekomendasi dari pihak Humas terkait peningkatan strategi komunikasi di masa mendatang.

Tabel 2. Narasumber Penelitian

Nama Responden	Jenis Pertanyaan
Bripka Isma Diyanto, S.H.	Pertanyaan yang diberikan berupa peran dan tugas humas, strategi manajemen krisis, strategi dalam merespon krisis, strategi pasca krisis, saran dan rekomendasi.
Bripka Chamim Tohari	

Sumber: Wawancara Peneliti

Humas Polrestabes Surabaya menganggap penting untuk sebuah organisasi atau instansi pemerintahan memiliki kemampuan manajemen krisis, karena dapat membantu menyelesaikan krisis yang sekaligus dapat meningkatkan citra positif instansi. Dengan adanya manajemen krisis dalam sebuah instansi dapat membantu Humas dalam menangani sebuah krisis, dari mulai

mengkategorikan atau mengidentifikasi masalah tersebut hingga melakukan *media monitoring* agar masalah tersebut tidak semakin menyebar dan berakhir menjadi krisis yang merugikan Polrestabes Surabaya.

Dalam keterangannya, Humas Polrestabes Surabaya juga menyatakan bahwa membangun hubungan baik dengan berbagai elemen seperti media, tokoh Masyarakat, mahasiswa, serta komunitas juga dianggap penting. Selain melakukan serangkaian strategi yang harapannya dapat memulihkan citra institusi, humas Polrestabes Surabaya juga terus menerus melakukan koordinasi secara berjenjang dengan Polda Jatim dan Mabes Polri. Setiap tingkat kepolisian berkoordinasi mengenai tema dan bentuk pesan yang akan disampaikan ke publik. Dalam sesi akhir wawancara, narasumber juga mengungkapkan beberapa tantangan terbesar dalam pengelolaan krisis, yaitu adanya beberapa oknum yang bertujuan untuk menggiring opini negative terhadap institusi kepolisian. Namun, Polri tetap berupaya terbuka terhadap kritik masyarakat sebagai bahan evaluasi kinerja.

Berdasarkan teori manajemen krisis yang di kutip dari Coombs dan Holladay (2010), Ada 3 tahapan dalam menghadapi krisis yang terjadi dalam hubungan Masyarakat, yaitu *ada pre-crisis, crisis*, dan *post crisis*. Ketiga tahap

ini menjadi landasan analisis komunikasi dalam peran Humas Polrestabes Surabaya dalam meningkatkan citra positif instansi kepolisian pasca demonstrasi tragedi Affan Kurniawan. Humas Polrestabes Surabaya memiliki peran strategis dalam menghadapi krisis yang terjadi demi menjaga stabilitas opini publik, dan citra positif institusi kepolisian. Dalam kondisi krisis seperti ini. Menurut hasil observasi yang telah dilakukan dengan pihak Humas Polrestabes Surabaya, mereka memiliki cara tersendiri dalam menjaga komunikasi antara publik dengan cara menjaga alur komunikasi mengenai informasi yang tersebar di publik. Manajemen krisis yang mereka lakukan ini dilakukan agar tidak ada kesalahpahaman di masyarakat ataupun semakin rusaknya citra suatu instansi.

Manajemen krisis merupakan salah satu kemampuan utama yang seorang humas harus miliki untuk menghadapi suatu krisis agar dampak negatif dari suatu krisis yang dialami tidak meluas dan menjaga kepercayaan publik. Pada kasus Affan Kurniawan yang menjadi korban kekerasan oleh oknum kepolisian ini humas polrestabes memiliki beberapa cara yang secara tidak langsung membantu pengelolaan arus informasi yang ada di masyarakat agar tidak semakin buruk citra institusi kepolisian.

Fase Pre-Crisis

Ditahap *pre-crisis* ini Dimana merupakan tahap instansi selaku organisasi perlu melakukan tindakan pencegahan, persiapan, hingga identifikasi terhadap potensi krisis yang bisa terjadi dari masalah yang sedang berkembang, humas memiliki peran yang penting dalam melakukan identifikasi dini terhadap potensi dari isu ataupun krisis yang sedang terjadi, serta menyiapkan berbagai strategi komunikasi agar informasi yang ada dipublik tetap terkendali.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber dari Humas Polrestabes Surabaya, hasil menunjukkan bahwa pihak humas telah melakukan langkah antisipatif sejak awal terjadinya tragedi Affan Kurniawan yang menjadi korban dari oknum polisi. strategi ini tentunya dilakukan dengan mengambil alih sosial media pada saat itu. Langkah pertama yang dilakukan oleh pihak humas menurut hasil observasi dan wawancara tersebut adalah melakukan verifikasi informasi dan cek fakta-fakta (*fact-checking*) yang ditemukan di lapangan untuk memastikan kebenaran apakah peristiwa tersebut benar terjadi. Isma Diyanto, salah satu personel Humas di Polrestabes Surabaya mengatakan

“Langkah awal yang akan dilakukan oleh humas adalah cross-check informasi, kalau ada aksi demo pun, kita tidak akan menolak mereka, tetapi

akan kami lakukan pengamanan dengan baik.”

Langkah verifikasi tersebut menunjukan bahwa humas berupaya untuk menghindari meluasnya informasi yang tidak pasti terutama saat era digital ini dimana *hoax* dapat beredar dengan begitu cepat. Upaya-upaya preventif ini memperlihatkan penerapan teori Coombs dan Holladay (2010), yang mana menjelaskan bahwa humas Polrestabes Surabaya juga turut berperan dalam mengenali gejala awal krisis, menyiapkan rencana berikutnya, hingga menjaga kredibilitas instansi melalui control informasi yang terarah.

Fase Crisis

Menurut Coombs dan Holladay (2010), *crisis stage* merupakan fase ketika organisasi menghadapi tekanan publik tertinggi akibat peristiwa yang berpotensi merusak reputasi. Pada fase ini, organisasi harus dapat memberikan respon yang tepat agar krisis bisa segera ditangani dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Humas Polrestabes Surabaya, respon yang dilakukan mencerminkan langkah-langkah strategis dalam mengelola krisis yang terjadi.

Pada saat tragedi Affan Kurniawan ramai diperbincangkan di media sosial, Humas Polrestabes Surabaya melakukan *cross check* mendalam apakah isu yang terjadi benar adanya. Apabila memang benar isu yang terjadi

merupakan kesalahan dari petugas, Humas Polrestabes Surabaya akan menyampaikan ungkapan permohonan maaf dan akan dilakukan perbaikan kedepannya, salah satunya dengan melakukan pelatihan kepada para petugas agar tidak menyalahi prosedur atau *SOP* yang ada. Saat muncul aksi demonstrasi, pihak Humas berupaya untuk tetap memfasilitasi penyampaian aspirasi publik dengan pendekatan yang humanis, disertai pengamanan yang baik.

Setelah menemukan kebenarannya, Humas Polrestabes Surabaya juga turut berkoordinasi dengan tingkat atas seperti Polda Jatim dan Mabes. Isma Diyanto juga turut mengatakan bahwa Humas Polrestabes Surabaya, Polda Jatim, dan Mabes Polri saling berkoordinasi dalam pembuatan tema postingan, hanya saja tetap disesuaikan dengan gaya komunikasi pada wilayah masing-masing. Lalu agar arus informasi tetap terkendali dan tidak semakin menimbulkan kesalahan pahaman publik, Humas Polrestabes Surabaya menerapkan konsep *quick response* yaitu melakukan sosialisasi melalui media sosial dengan mengunggah konten-konten seperti video pendek maupun infografis. Upaya *quick response* ini ditujukan untuk melakukan mediasi dan mencegah pihak-pihak eksternal memanfaatkan situasi krisis untuk kepentingan provokatif. Selain itu, Humas juga

membuat konten informatif seperti narasi berita dan visualisasi yang bertujuan meminimalisir penyebaran isu negatif dan mencegah meluasnya konflik di masyarakat.



Gambar 1 Postingan @humaspolrestabessby

Dalam konteks ini, Humas diibaratkan sebagai “*etalase*” institusi kepolisian yang mencerminkan baik buruknya citra Polri di mata masyarakat. Melalui aktivitas publikasi dan diseminasi informasi, masyarakat dapat mengetahui berbagai kegiatan, kinerja, dan keberhasilan kepolisian, sehingga menumbuhkan pemahaman yang lebih objektif terhadap institusi tersebut. Dalam hal ini, Humas Polrestabes Surabaya secara rutin melakukan patroly cyber.

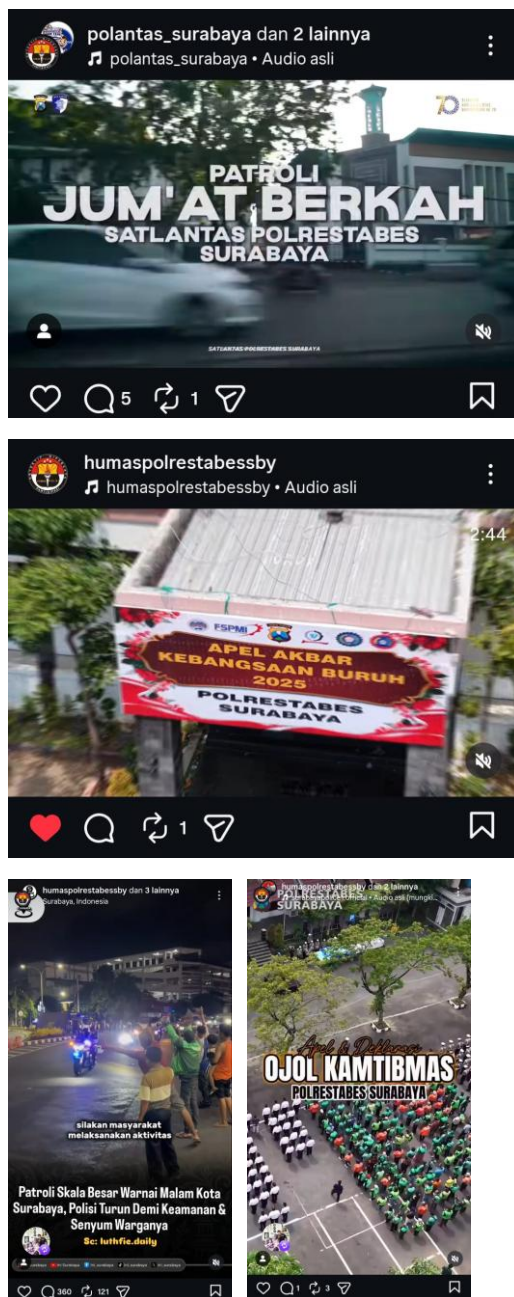
“Kita setiap hari melalui patroli cyber untuk melihat apakah ada postingan atau narasi yang kurang bagus.” Ucap Chamim Tohari.

Fase Post-Crisis

Pada tahap post-crisis dan pemulihan citra, Humas Polrestabes Surabaya aktif

membangun kembali kepercayaan publik melalui kegiatan kolaboratif bersama komunitas masyarakat, seperti pengemudi becak, ojek daring, dan tokoh masyarakat. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk deklarasi bersama untuk menjaga keamanan Kota Surabaya agar peristiwa serupa tidak terulang. Pasca permasalahan dan krisis terkait tragedi Affan Kurniawan mereda, Polrestabes Surabaya melakukan pendekatan dengan melakukan Apel Kamtibmas bersama komunitas ojek *online* di Surabaya. Hal ini juga dilakukan bersama Kapolres dan perwakilan komunitas ojek *online* se-jawa timur. Setelahnya, Polrestabes Surabaya juga melakukan pendekatan dengan beberapa elemen masyarakat lainnya yang dilakukan langsung bersama Kapolrestabes Surabaya.





Gambar 2 Postingan @humaspolrestabessby

Selain menggaet komunitas-komunitas, Humas Polrestabes Surabaya juga menonjolkan kegiatan rutin yang dilakukan di kepolisian, khususnya di wilayah Polrestabes Surabaya agar tetap memperlihatkan prestasi dan sisi positif anggota. Humas Polrestabes

Surabaya juga melakukan ajakan-ajakan melalui media sosial agar aksi demo selanjutnya bisa dilakukan dengan tetap mematuhi aturan dan tertib. Selain membangun solidaritas sosial, langkah ini juga meningkatkan simpati publik terhadap kepolisian. Berdasarkan pengamatan, strategi pasca krisis yang dilakukan dinilai cukup efektif karena sentimen negatif masyarakat berangsur menurun, sebagaimana terlihat dari komentar publik di media sosial yang mulai menunjukkan pandangan positif terhadap kepolisian.

IMPLIKASI PENELITIAN

IMPLIKASI PRAKTIS

Hasil penelitian ini mengungkap manfaat yang dapat dijadikan pembelajaran bagi instansi kepolisian maupun lembaga pemerintah lainnya dalam mengelola reputasi di tengah krisis. Hasil dari penelitian yang telah disebutkan sebelumnya menunjukkan bahwa respons cepat, transparansi informasi, serta koordinasi berjenjang antara satu instansi ke instansi lainnya merupakan strategi penting dalam mengurangi peningkatan opini negatif. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana sosialisasi, klarifikasi, dan publikasi mengenai kegiatan humanis terbukti efektif dalam meredam sentimen negatif dan membangun kembali kepercayaan publik. Temuan ini dapat dijadikan acuan bagi Humas instansi publik untuk

memperkuat SOP komunikasi krisis, meningkatkan kapasitas patroli siber, serta memperluas kolaborasi dengan komunitas-komunitas sebagai strategi pemulihan citra pasca krisis.

IMPLIKASI TEORITIS

Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan kajian komunikasi krisis, khususnya dalam penerapan *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* pada konteks institusi kepolisian di era digital. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pola manajemen krisis oleh Humas Polrestabes Surabaya tidak hanya mengikuti tiga fase *SCCT* (*pre-crisis, crisis, post-crisis*), tetapi juga memperlihatkan pentingnya *media monitoring* dan *quick response* melalui media sosial sebagai bagian dari strategi pengendalian narasi publik. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperluas pemahaman teoretis bahwa praktik komunikasi krisis di sektor publik membutuhkan integrasi antara manajemen isu, verifikasi informasi, dan distribusi pesan yang konsisten di ruang digital untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap institusi.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian berjudul “Peran Humas Polrestabes Surabaya dalam Meningkatkan Citra Positif Instansi Pasca Aksi Demonstrasi Tragedi Affan Kurniawan”, dapat disimpulkan bahwa Humas Polrestabes Surabaya

memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas opini publik serta memulihkan citra institusi kepolisian setelah krisis. Seluruh langkah yang dilakukan selaras dengan teori manajemen krisis Coombs dan Holladay (2010), mencakup tahap *pre-crisis, crisis, dan post-crisis*. Pada tahap *pre-crisis*, Humas melakukan verifikasi informasi, memantau perkembangan isu, serta berkoordinasi dengan Polda Jawa Timur dan Mabes Polri untuk menyamakan strategi komunikasi. Sedangkan pada tahap *crisis*, Humas menerapkan *quick response* melalui patroli siber, klarifikasi internal, serta pemantauan intensif terhadap penyebaran narasi negatif. Koordinasi lintas tingkatan kepolisian juga dilakukan agar pesan yang disampaikan tetap konsisten dan tidak menimbulkan kesalahpahaman publik.

Pada tahap *post-crisis*, Humas Polrestabes Surabaya berfokus pada upaya pemulihan citra melalui pendekatan langsung kepada masyarakat, seperti kegiatan Apel Kamtibmas bersama komunitas ojek *online* dan publikasi konten-konten positif mengenai kegiatan kepolisian. Upaya ini diperkuat melalui kolaborasi dengan influencer dan komunitas lokal seperti Asli Suroboyo, yang membantu memperluas jangkauan pesan sekaligus mencegah penyebaran informasi negatif karena adanya hubungan komunikasi yang lebih dekat. Secara

keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Polrestabes Surabaya mampu menerapkan manajemen krisis secara efektif, adaptif, dan humanis, serta memainkan peran sentral dalam membangun kembali kepercayaan publik pasca krisis melalui pengendalian informasi, respons cepat, dan pemulihan hubungan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Affan Kurniawan: Rakyat Kecil Mati Dilindas Aparat Negara," Kompas.com. [Online]. Available: <https://share.google/5y8LsOsT6QN69xJ7P>
- [2] C. dan B. Cultip, *Effective Public Relations*. Jakarta :Prenada Media Group, 2006.
- [3] W. T. Coombs, "Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding," *SAGE Publ.*, vol. 4, 2014.
- [4] R. A. S. S. Widhara, "IJDPR MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS POLDA JABAR DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA MASSA PUBLIC RELATIONS CRISIS MANAGEMENT POLDA JABAR IN BUILDING A POSITIVE IMAGE THROUGH MASS MEDIA," vol. 2, no. 1, pp. 45–51, 2023.
- [5] S. P. M. S. Dr. Rukin, "Metodologi Penelitian Kualitatif," 2019.
- [6] and M. W. A. M. W. Ilhami, W. V. Nurfajriani, A. Mahendra, R. A. Sirodj, "Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif," vol. 10, n, pp. 462–469, 2024, [Online]. Available: <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/6872/5867>
- [7] R. Zulfirman, "Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan," *J. Penelitian, Pendidik. dan Pengajaran JPPP*, vol. 3, no, pp. 147–153, 2022, doi: 10.30596/jppp.v3i2.11758.
- [8] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.," *Bandung Alph.*, 2019.
- [9] W. Yulianti and R. F. Boer, "Manajemen krisis public relations dalam menangani penolakan imunisasi measles rubella," vol. 4, no. 2, pp. 290–311, 2020.
- [1] "Affan Kurniawan: Rakyat Kecil Mati Dilindas Aparat Negara," Kompas.com. [Online]. Available: <https://share.google/5y8LsOsT6QN69xJ7P>
- [2] C. dan B. Cultip, *Effective Public Relations*. Jakarta :Prenada Media Group, 2006.
- [3] W. T. Coombs, "Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding," *SAGE Publ.*, vol. 4, 2014.
- [4] R. A. S. S. Widhara, "IJDPR MANAJEMEN KRISIS PUBLIC RELATIONS POLDA JABAR DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA MASSA PUBLIC RELATIONS CRISIS MANAGEMENT POLDA JABAR IN BUILDING A POSITIVE IMAGE THROUGH MASS MEDIA," vol. 2, no. 1, pp. 45–51, 2023.
- [5] S. P. M. S. Dr. Rukin, "Metodologi Penelitian Kualitatif," 2019.
- [6] and M. W. A. M. W. Ilhami, W. V. Nurfajriani, A. Mahendra, R. A. Sirodj, "Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif," vol. 10, n, pp. 462–469, 2024, [Online]. Available: <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/6872/5867>

- MEDIA,” vol. 2, no. 1, pp. 45–51, 2023.
- [5] S. P. M. S. Dr. Rukin, “Metodologi Penelitian Kualitatif,” 2019.
 - [6] and M. W. A. M. W. Ilhami, W. V. Nurfajriani, A. Mahendra, R. A. Sirodj, “Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif,” vol. 10, n, pp. 462–469, 2024, [Online]. Available: <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/6872/5867>
 - [7] R. Zulfirman, “Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan,” *J. Penelitian, Pendidik. dan Pengajaran JPPP*, vol. 3, no, pp. 147–153, 2022, doi: 10.30596/jppp.v3i2.11758.
 - [8] Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,” *Bandung Alph.*, 2019.
 - [9] W. Yulianti and R. F. Boer, “Manajemen krisis public relations dalam menangani penolakan imunisasi measles rubella,” vol. 4, no. 2, pp. 290–311, 2020.