

**STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK DALAM MENANGANI KRISIS
KEPERCAYAAN PUBLIK
(ANALISIS TEMATIK ATAS PERTEMUAN PRESIDEN PRABOWO DENGAN
TUJUH PIMPINAN REDAKSI MEDIA NASIONAL)**

Irfany

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasakti Makassar, Kota Makassar

Email : irfany@unpacti.ac.id

Kata Kunci: Komunikasi Politik,
Kepercayaan publik, Media, Prabowo,
Strategi Krisis

Abstract: Tulisan ini menyoroti strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh Presiden Prabowo Subianto dalam menghadapi situasi krisis kepercayaan publik. Respons komunikatif tersebut dilakukan melalui dialog terbuka bersama tujuh pemimpin redaksi media nasional, yang ditayangkan secara luas melalui kanal resmi pemerintah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis tematik Braun dan Clarke. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat empat strategi kunci dalam komunikasi Prabowo, yakni refleksi kepemimpinan, transparansi naratif, penguatan hubungan dengan media, serta penggunaan simbol-simbol nasionalisme moral. Temuan ini memperlihatkan bahwa komunikasi politik yang terbuka, reflektif, dan manusiawi memiliki peran penting dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap institusi negara.

Keyword: Political
Communication, Public Trust,
Media, Prabowo, Crisis Strategy

Abstrak: This paper explores the political communication strategy employed by President Prabowo Subianto in response to the public trust crisis through an open dialogue with seven national media editors-in-chief. The discussion was broadcasted widely through the official government channel. Using a qualitative approach and thematic analysis by Braun and Clarke, this study identifies four key strategies: leadership reflection, narrative transparency, media engagement, and moral nationalism. The findings reveal that open, symbolic, and empathetic political communication plays a crucial role in restoring public trust in the state.

PENDAHULUAN

Di tengah derasnya arus informasi dan terbukanya akses komunikasi digital, kepercayaan publik terhadap institusi pemerintahan menjadi elemen yang semakin krusial dalam menjaga stabilitas sosial dan legitimasi politik. Masyarakat kini tidak lagi berada dalam posisi pasif sebagai penerima informasi semata, melainkan telah berubah menjadi aktor aktif yang turut menyebarkan, menafsirkan, bahkan mempertanyakan narasi resmi yang dibangun pemerintah. Ruang komunikasi publik yang terbuka, khususnya di media sosial, menciptakan medan interaksi yang dinamis dan kompleks, di mana komunikasi politik tidak lagi berjalan satu arah, tetapi berlangsung secara dialogis, simbolik, dan penuh makna.

Dalam lanskap tersebut, munculnya berbagai tagar viral seperti #AdiliJokowi, #KamiBersamaSukatani, #IndonesiaGelap, hingga #KaburAjaDulu, menjadi semacam barometer digital atas sentimen kekecewaan publik yang semakin meluas. Tagar-tagar ini tak sekadar ungkapan

sesaat, melainkan cerminan dari krisis kepercayaan terhadap kebijakan, komunikasi, dan arah pemerintahan saat ini. Hendri Satrio, pakar komunikasi politik Universitas Paramadina, menyatakan, akar dari krisis ini terletak pada lemahnya komunikasi publik pemerintah yang gagal menunjukkan kejujuran, empati, dan ketepatan waktu dalam merespons keresahan masyarakat (Tempo.co, 2025). Dalam kondisi seperti ini, komunikasi politik menjadi lebih dari sekadar alat penyampai kebijakan—ia berubah menjadi sarana strategis dan manusiawi untuk membangun kembali hubungan antara negara dan warganya.

Menariknya, dalam upaya merespons tekanan tersebut, Presiden Prabowo Subianto melakukan pendekatan yang jarang dilakukan oleh kepala negara Indonesia sebelumnya: ia mengundang tujuh pemimpin redaksi dari berbagai media nasional untuk berdialog secara terbuka, yang disiarkan melalui kanal YouTube. Dialog ini melibatkan tokoh-tokoh media terkemuka seperti Alfito Deannova Gintings (Detikcom), Lalu Mara Satriawangsa (tvOne), Uni Lubis (IDN Times), Najwa Shihab (Narasi), Sutta Dharmasaputra (Kompas), Retno Pinasti (SCTV-Indosiar), dan Valerina Daniel (TVRI) sebagai moderator. Langkah ini tidak hanya menjadi strategi komunikasi simbolik, tetapi juga mencerminkan upaya pemerintah untuk merestorasi legitimasi dan membangun komunikasi yang lebih terbuka dengan publik.

Dalam pembukaannya, Presiden menyatakan, “Alhamdulillah, hari ini saya berkesempatan wawancara bersama tujuh jurnalis dari tujuh grup media yang ada di tanah air” (AntaraneWS, 2025), menandai intensinya untuk membangun ruang dialog yang transparan. Ia menambahkan, “Semoga jawaban dan penjelasan yang saya berikan menjadi informasi yang utuh dan jelas bagi masyarakat semua”, yang memperlihatkan keinginan untuk menyampaikan pesan yang tidak bias atau terdistorsi (AntaraneWS, 2025). Lebih jauh, ia secara terbuka mengakui bahwa pemerintah sebelumnya “terlena dalam hal komunikasi karena terlalu fokus bekerja dan melayani rakyat”, dan bahkan menyampaikan kritik terhadap anggota kabinet yang kerap “asal bunyi” di ruang publik (Manunggal.undip.ac.id, 2025). Sikap reflektif ini penting dalam konteks komunikasi politik, karena menunjukkan kesadaran untuk memperbaiki komunikasi institusional yang selama ini dinilai tidak empatik dan tidak terstruktur.

Dalam perspektif Dan Nimmo (2005), komunikasi politik bukan sekadar menyampaikan informasi, melainkan proses menciptakan makna dalam konteks sosial-politik melalui simbol, persepsi, dan hubungan kekuasaan. Dalam situasi krisis, seperti yang dijelaskan oleh W. Timothy Coombs (2007), komunikasi yang efektif tidak hanya menyentuh aspek substantif, tetapi juga harus mampu meredakan kecemasan publik melalui narasi dan simbol yang membangun kepercayaan dan empati. Oleh karena itu, dialog Presiden Prabowo dengan tujuh jurnalis nasional ini menjadi fenomena yang penting untuk dikaji, karena mencerminkan upaya strategis membangun kembali legitimasi politik melalui pendekatan komunikasi yang lebih reflektif, terbuka, dan dialogis.

Berangkat dari konteks tersebut, penelitian ini mencoba untuk memeriksa bagaimana strategi komunikasi politik dijalankan dalam situasi krisis kepercayaan publik, dengan mengambil kasus pertemuan Presiden Prabowo dan para pemimpin redaksi media nasional. Dengan pendekatan kualitatif dan metode analisis tematik, penelitian ini berusaha mengungkap strategi komunikasi yang digunakan serta tema-tema utama dalam narasi Presiden selama dialog tersebut dengan tujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh Presiden Prabowo Subianto dalam menghadapi tekanan publik melalui dialog terbuka dengan pemimpin media, serta mengidentifikasi tema-tema naratif utama yang menunjukkan bagaimana pemerintah berupaya membangun kembali kepercayaan dan legitimasi melalui komunikasi yang terstruktur, empatik, dan reflektif.

Pembahasan studi ini diharapkan memberikan manfaat dalam memperkaya kajian komunikasi politik, khususnya terkait strategi penanganan krisis kepercayaan publik melalui media, menjadi referensi bagi para praktisi komunikasi pemerintahan dan media dalam merancang komunikasi yang

kredibel dan partisipatif dan dapat mendorong literasi publik tentang pentingnya keterbukaan dan dialog antara pemimpin dan masyarakat, serta memperkuat kesadaran atas peran strategis media sebagai penghubung antara rakyat dan kekuasaan.

Komunikasi Politik: Ruang Strategis antara Kekuasaan dan Publik

Komunikasi politik dalam era modern merupakan lebih dari sekadar penyampaian pesan dari pemerintah kepada masyarakat. Ia merupakan arena strategis tempat berbagai aktor—terutama pemerintah, media, dan masyarakat—saling berinteraksi, bernegosiasi, dan membentuk opini publik. McNair (2011) menekankan bahwa komunikasi politik adalah proses di mana kekuasaan dipengaruhi dan disimbolkan melalui narasi, retorika, dan representasi simbolik. Komunikasi politik tidak lagi berdiri sebagai alat bantu kekuasaan, tetapi telah menjadi bagian dari strategi kekuasaan itu sendiri.

Dalam konteks ini, ketika seorang pemimpin negara menghadapi krisis seperti menurunnya kepercayaan publik, komunikasi politik menjadi tumpuan penting untuk menjaga stabilitas legitimasi. Seperti dinyatakan oleh Nimmo (2001), komunikasi politik yang efektif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada kemampuan memahami persepsi, psikologi publik, dan dinamika sosial. Pertemuan Presiden Prabowo dengan tujuh pemimpin redaksi media nasional merupakan langkah simbolik sekaligus strategis yang dapat dipahami dalam kerangka membangun kembali kepercayaan publik melalui medium yang dihormati dan dipercaya: media.

Komunikasi politik, dalam hal ini, tidak hanya menjadi jalur komunikasi kebijakan, melainkan juga wadah negosiasi makna antara kekuasaan dan publik. Seperti diuraikan oleh Edelman (1988), simbol dan retorika menjadi instrumen utama dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap realitas politik. Narasi yang disampaikan oleh Presiden Prabowo dalam forum tersebut tidak sekadar informatif, tetapi juga konstruktif dalam membangun citra kepemimpinan yang terbuka dan reflektif.

Strategi Komunikasi Politik dalam Situasi Krisis

Strategi komunikasi politik dalam konteks krisis tidak dapat dilepaskan dari pemahaman atas kondisi psikososial masyarakat. Komunikasi yang bersifat monologis dan defensif berpotensi memperkuat krisis kepercayaan. Sebaliknya, strategi yang membuka ruang dialog, menunjukkan empati, dan menyampaikan pesan dengan jujur justru berperan besar dalam meredakan ketegangan. Grunig dan Hunt (2002) dalam model komunikasi dua arah simetris menekankan pentingnya hubungan timbal balik antara pengirim dan penerima pesan sebagai syarat efektivitas komunikasi. Hal ini menjadi krusial dalam konteks krisis, di mana publik tidak hanya ingin mendengar, tetapi juga ingin didengar.

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) yang dikemukakan oleh Coombs (2007) memberikan panduan penting bahwa strategi komunikasi dalam krisis harus disesuaikan dengan tipe krisis dan ekspektasi publik. Langkah Prabowo untuk berdialog langsung dengan pemimpin redaksi media mencerminkan strategi proaktif yang tidak hanya menginformasikan, tetapi juga mengakui adanya krisis, membuka ruang klarifikasi, dan memperlihatkan niat untuk memperbaiki relasi dengan publik. Strategi semacam ini menunjukkan karakter kepemimpinan yang siap menerima kritik dan membangun kembali kredibilitas dengan cara yang lebih partisipatif.

Strategi komunikasi dalam situasi krisis juga menuntut pemerintah untuk menyampaikan pesan secara etis, transparan, dan cepat. Seeger, Sellnow, dan Ulmer (2003) menekankan bahwa keberhasilan komunikasi krisis sangat tergantung pada keterbukaan, ketepatan waktu, dan kejelasan pesan. Dalam pertemuan tersebut, Presiden Prabowo memperlihatkan elemen-elemen ini melalui dialog yang terbuka dan pernyataan-pernyataan reflektif yang mengakui adanya kelemahan dalam komunikasi pemerintahan sebelumnya.

Krisis Kepercayaan Publik dan Respons Komunikatif Negara

Krisis kepercayaan publik dapat terjadi ketika masyarakat merasa bahwa pemerintah tidak mampu atau tidak mau merespons aspirasi dan keresahan yang berkembang di ruang publik. Dalam era digital, ekspresi ketidakpercayaan tidak hanya muncul dalam survei atau demonstrasi, tetapi juga melalui ekspresi digital seperti tagar viral, meme, dan komentar di media sosial. Tagar seperti #AdiliJokowi, #KamiBersamaSukatani, atau #IndonesiaGelap menjadi penanda penting atas ketegangan antara negara dan warga digital yang merasa tidak terwakili.

Dalam kerangka teori legitimasi yang diajukan oleh Suchman (1995), respons komunikatif pemimpin negara di tengah krisis dapat dibaca sebagai strategi untuk mengembalikan legitimasi moral dan kognitif. Komunikasi dalam hal ini bukan hanya respons atas krisis, melainkan tindakan simbolik untuk menegosiasikan ulang makna kepemimpinan di hadapan publik yang kritis. Dialog Prabowo dengan pimpinan media merepresentasikan niat untuk mengembalikan narasi legitimasi tersebut melalui pendekatan yang lebih personal dan terbuka.

Respons komunikatif ini juga menjadi bentuk pengakuan terhadap kegagalan komunikasi pemerintahan sebelumnya, sebagaimana disoroti oleh Hendri Satrio (Tempo.co, 2025). Dengan memilih ruang media sebagai forum pemulihan, Prabowo menunjukkan bahwa pemulihan kepercayaan tidak cukup melalui kebijakan teknokratik, tetapi harus disertai komunikasi yang menyentuh ranah emosional dan simbolik publik.

Media sebagai Mitra dalam Komunikasi Politik

Dalam lanskap politik modern, media bukan sekadar saluran penyebaran pesan, tetapi juga aktor aktif yang turut membentuk opini publik dan makna politik. Oleh karena itu, menjalin komunikasi langsung dengan media menjadi langkah strategis dalam merumuskan ulang legitimasi politik. Undangan Presiden Prabowo kepada tujuh pemimpin media nasional merupakan bentuk pengakuan atas pentingnya media sebagai representasi dari publik yang lebih luas.

Konsep legitimasi dalam dikemukakan Suchman (1995) terbagi menjadi tiga dimensi: pragmatis, moral, dan kognitif. Dalam pertemuan ini, tampak bahwa Prabowo berupaya membangun kembali legitimasi moral dan kognitif melalui komunikasi yang jujur, reflektif, dan terbuka terhadap kritik. Langkah ini sejalan dengan kerangka teoritis tentang kepercayaan yang dikembangkan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), yang menyebut bahwa kepercayaan dibentuk oleh tiga unsur utama: kompetensi, integritas, dan niat baik. Dalam konteks ini, kompetensi ditunjukkan melalui penguasaan isu, integritas melalui kejujuran komunikasi, dan niat baik melalui kesediaan mendengarkan.

Pilihan untuk berdialog secara terbuka dengan media menunjukkan bahwa komunikasi bukan lagi sekadar alat politik, tetapi telah menjadi ruang pemulihan sosial. Dalam suasana krisis kepercayaan, pemimpin yang memilih jalur komunikasi reflektif dan dialogis memberi isyarat bahwa kekuasaan dapat bersandar pada kesediaan untuk mendengar, merespons, dan berubah. Inilah bentuk komunikasi politik yang tidak hanya menjaga kekuasaan, tetapi juga menyemai ulang kepercayaan rakyat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis tematik untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi politik dijalankan dalam konteks pertemuan Presiden Prabowo Subianto dengan para pimpinan redaksi media nasional. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap makna-makna simbolik, strategi naratif, serta pola komunikasi yang tidak selalu tampak secara eksplisit dalam ucapan atau tindakan politis, namun dapat ditelusuri melalui interpretasi mendalam terhadap data. Fokus utama penelitian ini adalah pada komunikasi simbolik, isi pesan, dan konteks penyampaian pesan dalam forum tersebut yang bersifat strategis. Penelitian ini dilakukan secara virtual dan konseptual, mengingat data yang digunakan bersumber dari dokumentasi

media daring, transkrip pernyataan resmi, serta pemberitaan dari berbagai portal berita nasional yang merekam peristiwa tersebut secara aktual.

Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan studi pustaka, dengan sumber utama berupa rekaman video, transkrip pertemuan Presiden dan pimpinan media, serta pernyataan resmi yang diunggah di kanal YouTube dan platform sosial media pemerintah. Data sekunder meliputi literatur teoritis, jurnal ilmiah, dan referensi yang relevan dengan strategi komunikasi politik serta teori-teori pendukung. Proses analisis data mengikuti prosedur analisis tematik dari Braun dan Clarke, yang meliputi pembacaan menyeluruh, pengkodean unit-unit makna, pengelompokan ke dalam tema, interpretasi tematik berdasarkan konteks politik, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara induktif namun tetap berpijak pada kerangka teoritik yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, dengan membandingkan berbagai sumber informasi serta melakukan pembacaan reflektif berulang guna menghindari bias interpretatif dan memastikan temuan benar-benar didasarkan pada data yang kredibel dan otentik..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertemuan antara Presiden Prabowo dan tujuh pimpinan redaksi media nasional berlangsung pada awal tahun 2025 tepatnya dibulan April 2025 dan disiarkan secara terbuka melalui kanal YouTube resmi pemerintah. Momen ini menjadi titik awal dari komunikasi politik yang tidak hanya bersifat formal, tetapi juga sarat makna simbolik. Dalam konteks meningkatnya keresahan publik yang tampak dari berbagai tagar kritis di media sosial, Presiden memilih untuk hadir langsung di hadapan media sebagai representasi publik guna menyampaikan pesan dengan nada yang lebih terbuka dan manusiawi.

Pertemuan ini dimaknai sebagai strategi komunikasi politik dalam merespons krisis kepercayaan publik. Dengan pendekatan yang tidak konfrontatif, Presiden membuka ruang dialog yang memberi kesempatan bagi publik, melalui media, untuk memahami sikap dan niat pemerintah secara lebih transparan. Hal ini selaras dengan pandangan Dan Nimmo bahwa membentuk persepsi dan kepercayaan.

a. Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Prabowo

Melalui pendekatan analisis Braun dan Clarke, strategi komunikasi yang digunakan oleh Presiden Prabowo dalam pertemuannya bersama tujuh pimpinan redaksi dalam tinjauan komunikasi politik untuk menangani krisis kepercayaan publik ditemukan empat tema utama, yaitu:

- a. Refleksi Diri Pemimpin, yaitu pengakuan terhadap kelemahan komunikasi pemerintah sebelumnya. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi krisis oleh Coombs (2007) yang menekankan pentingnya tanggung jawab dan pengakuan dalam merespons krisis reputasi.
- b. Transparansi dan Klarifikasi, menggambarkan penggunaan komunikasi terbuka dan jujur dalam menjelaskan posisi dan kebijakan. Ini selaras dengan model komunikasi dua arah simetris dari Grunig dan Hunt (2002) dan praktik komunikasi deliberatif dari Habermas (1984).
- c. Konektivitas Melalui Media, di mana media tidak hanya menjadi saluran pesan, tetapi juga aktor dalam membentuk legitimasi publik. McNair (2011) dan Edelman (1988) menyatakan bahwa media memainkan peran penting dalam distribusi makna politik dan pembentukan citra elite kekuasaan.
- d. Narasi Nasionalisme Moral, merupakan upaya membangun kohesi sosial melalui simbol persatuan dan nilai kebangsaan. Strategi ini mencerminkan fungsi simbol dalam komunikasi politik dalam paparan Nimmo (2005) dan merupakan bentuk rekonstruksi legitimasi moral dan kognitif seperti dijelaskan oleh Suchman (1995).

Melalui keempat tema utama yang diuraikan diatas, pertemuan Presiden Prabowo bersama tujuh pimpinan redaksi nasional dapat dinilai sebagai proses pemulihan kepercayaan berbasis narasi,

simbol, dan partisipasi, di mana negara merespons tekanan krisis dengan membangun ulang jembatan dialog antara pemimpin, media, dan publik.

Analisis Braun dan Clarke yang diterapkan pada keempat tema utama dari strategi komunikasi Prabowo dengan tujuh pimpinan redaksi nasional yang diperoleh dari YouTube sebagai berikut:

1. Strategi Reflektif: Pengakuan Kelemahan Pemerintahan Sebelumnya

Pada menit 06:45–07:05 tayangan video, Presiden Prabowo mengungkapkan:

“..Kami terlalu sibuk bekerja. sampai komunikasi kami kepada masyarakat tidak maksimal.”

Pernyataan ini mencerminkan pendekatan reflektif, sebuah bentuk komunikasi yang mengakui adanya kekurangan dalam masa lalu. Dalam teori komunikasi krisis oleh W. Timothy Coombs (2007), strategi ini dikenal sebagai rebuild strategy, yaitu pengakuan terbuka atas kesalahan dan komitmen untuk memperbaiki. Pengakuan ini menjadi penting karena memperlihatkan kesediaan pemimpin untuk jujur secara publik dan menunjukkan bahwa pemerintah bukan entitas yang anti-kritik, tetapi siap belajar.

2. Strategi Transparansi: Penyampaian Pesan Secara Terbuka dan Jujur

Pada menit 15:10–15:30, Prabowo mengatakan ingin menyampaikan informasi yang *“utuh dan jelas”*. Ini menunjukkan upaya membangun komunikasi yang tidak manipulatif dan tidak bersifat searah. Dalam kerangka Grunig dan Hunt (2002) tentang komunikasi dua arah simetris, strategi ini memberi ruang bagi publik untuk menjadi mitra dalam proses komunikasi, bukan sekadar penerima informasi. Transparansi di sini menjadi jembatan antara pemerintah dan kepercayaan rakyat.

3. Strategi Simbolik: Membangun Imaji Pemimpin yang Mendengar dan Peduli

Presiden duduk setara dengan para pemimpin redaksi media dan menjawab berbagai pertanyaan tanpa menunjukkan sikap defensif. Ini adalah komunikasi simbolik yang kuat. Dalam teori Murray Edelman (1988), tindakan pemimpin seringkali memiliki makna simbolik yang lebih dalam dibandingkan pesan verbal. Prabowo membangun imaji sebagai pemimpin yang tidak hanya memimpin dari atas, tetapi datang ke bawah dan mendengar langsung.

4. Strategi Emosional dan Nasionalisme Moral

Pada menit 28:30–28:50, Prabowo berkata: *“Kita bangun negeri ini bersama-sama... jangan mudah terprovokasi.”* Pesan ini tidak hanya rasional, tetapi emosional. Ia menyerukan kebersamaan dan kesatuan. Strategi ini mengandalkan nilai-nilai nasionalisme sebagai pengikat kolektif. Dan Nimmo (2005) menyebut bahwa dalam komunikasi politik, simbol dan emosi memainkan peran penting untuk membangun koneksi psikologis antara pemimpin dan publik.

Analisis dari empat tema-tema utama ini memiliki sinergitas dengan pendekatan reflektif, transparan, simbolik, dan emosional serta menunjukkan keselarasan Keempat tema ini juga menunjukkan keselarasan dengan tiga komponen utama dalam teori kepercayaan/trus dari Mayer, Davis dan Schormaan (1995), yakni kompetensi, integritas, dan niat baik. Dalam pertemuan tersebut, Presiden menyampaikan informasi secara jujur dan langsung, yang merefleksikan integritas; membuka ruang klarifikasi untuk membangun pemahaman bersama, yang mencerminkan niat baik; serta mengedepankan narasi persatuan dan kesiapan mendengarkan media, yang menunjukkan kompetensi sebagai pemimpin yang adaptif dan komunikatif. Melalui strategi komunikasi ini, Presiden Prabowo berupaya untuk membangun ulang ruang kepercayaan antara negara dan warganya melalui komunikasi yang jujur, manusiawi, menyentuh kesadaran bersama secara logika, memberikan rasa aman dan kepercayaan publik secara psikologis.

Tema-Tema Kunci Yang Menggambarkan Upaya Pemerintah Dalam Membangun Kembali Legitimasi Dan Kepercayaan Publik.

Pertemuan Presiden Prabowo bersama tujuh pimpinan redaksi nasional melalui kanal YouTube resmi pemerintah dianalisis guna menelusuri apa saja tema kunci yang muncul dalam dialog pada pertemuan tersebut. Kata-kata yang diucapkan oleh pemimpin, pilihan diksi, cara bertutur, bahkan jeda dalam berbicara, sering kali menyimpan makna yang lebih dalam dari sekadar informasi dan hal ini merupakan indikator yang dapat menentukan keberhasilan strategi komunikasi politik. Dengan menggunakan pendekatan analisis tematik dari Braun dan Clarke (2006), diidentifikasi empat tema utama dari tayangan video YouTube pertemuan tersebut. Tema kunci yang ditemukan tidak hanya mencerminkan respons rasional terhadap krisis, tetapi juga menggambarkan strategi simbolik dan emosional dan deliberatif yang semuanya bertujuan untuk menjangkau hati publik dan membangun kembali kepercayaan yang sempat terganggu serta upaya membentuk citra pemimpin sebagai pribadi yang hadir dan peduli.

Identifikasi tema kunci melalui analisis Braun dan Clarke yang diperoleh dari YouTube sebagai berikut:

1. Refleksi Kepemimpinan: Kejujuran sebagai Titik Awal

Salah satu tema yang paling kuat muncul dari pernyataan Presiden adalah refleksi atas kegagalan komunikasi pemerintahan sebelumnya. Pada menit 06:45, Prabowo menyatakan bahwa pemerintah terlalu sibuk bekerja hingga lupa menyampaikan hasil kerjanya dengan baik kepada masyarakat. Pernyataan ini bukan sekadar kritik terhadap masa lalu, melainkan pengakuan jujur yang ditujukan untuk membuka ruang kepercayaan baru. Dalam teori legitimasi moral (Suchman, 1995) dan komunikasi krisis (Coombs, 2007), kejujuran seperti ini merupakan fondasi penting untuk membangun kembali kredibilitas pemimpin di mata publik.

2. Transparansi Naratif: Membuka Ruang Pemahaman Publik

Presiden juga menekankan pentingnya menyampaikan informasi secara langsung dan tidak terdistorsi. Pada menit 15:10, ia mengungkapkan harapannya agar masyarakat bisa mendapatkan penjelasan yang utuh dan jernih. Ini mencerminkan komitmen pada keterbukaan — sebuah bentuk komunikasi yang tidak menggurui, tetapi mengajak. Dalam kerangka komunikasi dua arah simetris yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt (2002), pesan seperti ini memperlihatkan hubungan sejajar antara pemerintah dan rakyat, di mana pemimpin tidak hanya berbicara, tetapi juga menghargai hak publik untuk memahami.

3. Media sebagai Mitra: Menata Ulang Relasi Demokratis

Tema ketiga yang muncul adalah upaya menempatkan media bukan sebagai lawan, melainkan mitra. Pada menit 22:00, Prabowo menyebut pentingnya membangun komunikasi yang sehat dengan media. Ini merupakan pengakuan bahwa media memiliki fungsi vital sebagai penghubung antara negara dan masyarakat. Dalam teori komunikasi politik, McNair (2011) dan Habermas (1984) menekankan peran media sebagai ruang deliberatif, tempat pemerintah dapat diuji dan didengarkan secara bersamaan. Tema ini memperlihatkan perubahan posisi media dari sekadar penyalur informasi menjadi aktor dalam pemulihan kepercayaan.

4. Nasionalisme Moral: Menyentuh Hati Masyarakat Lewat Simbol

Pernyataan Prabowo pada menit 28:30, “kita bangun negeri ini bersama,” menunjukkan penggunaan bahasa persatuan yang mengedepankan nilai dan harapan. Tema ini menyentuh ranah simbolik dan emosional — wilayah yang sering kali menjadi kekuatan utama dalam menggerakkan kepercayaan kolektif. Dan Nimmo (2005) dan Edelman (1988) menyatakan bahwa dalam komunikasi politik, simbol dan imajinasi moral memiliki daya pengaruh lebih besar dari argumen rasional semata. Dengan menyampaikan pesan nasionalisme, Prabowo tidak hanya berbicara kepada logika, tetapi juga kepada rasa dan identitas bersama sebagai bangsa.

Keempat tema kunci yang teridentifikasi ini melalui analisis Braun dan Clarke, memperlihatkan bahwa strategi pemulihan kepercayaan publik tidak dilakukan secara teknis belaka, tetapi melalui komunikasi yang menyentuh aspek refleksi diri, transparansi, kemitraan, dan nilai. Semua ini hadir melalui bahasa, nada, dan simbol yang digunakan Presiden dalam dialog terbuka tersebut. Komunikasi menjadi jembatan antara negara dan rakyat — dan dalam jembatan itu, tema-tema yang manusiawi menjadi pondasi utamanya.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi politik yang dijalankan oleh Presiden Prabowo melalui pertemuannya dengan tujuh pimpinan redaksi media nasional menunjukkan pendekatan yang reflektif, transparan, simbolik, dan emosional dalam merespons krisis kepercayaan publik. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga mencerminkan kejujuran dalam mengakui kelemahan pemerintahan sebelumnya, keterbukaan dalam menjelaskan posisi pemerintah, serta kemampuan membangun kedekatan emosional dengan masyarakat luas. Strategi ini mencerminkan prinsip-prinsip komunikasi krisis dan komunikasi dua arah simetris, di mana pemimpin tampil sebagai sosok yang bersedia mendengarkan dan berdialog, bukan sekadar memberi pernyataan resmi. Dalam pertemuan tersebut, hasil analisis tematik teridentifikasi empat tema utama—Refleksi Kepemimpinan, Transparansi Naratif, Media sebagai Mitra, dan Nasionalisme Moral—yang menandai upaya pemulihan legitimasi melalui pesan-pesan yang sarat makna simbolik dan nilai kebangsaan. Keempat tema ini memperlihatkan bahwa dalam kondisi krisis, publik lebih merespons komunikasi yang membangun makna bersama dan mencerminkan niat baik, bukan sekadar informasi yang bersifat administratif.

DAFTAR PUSTAKA

- Antarnews. (2025). Prabowo wawancara dengan tujuh pimpinan redaksi media nasional. Diakses dari <https://www.antarnews.com>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Coombs, W. T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Edelman, M. (1988). *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (2002). *Managing Public Relations*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action: Volume One—Reason and the Rationalization of Society*. Boston: Beacon Press.
- Manunggal.undip.ac.id. (2025). Presiden Prabowo mengakui kelemahan komunikasi kabinet. Diakses dari <https://manunggal.undip.ac.id>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication* (5th ed.). London: Routledge.
- Nimmo, D. (2001). *Political Communication and Public Opinion in America*. New York: Longman.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., & Ulmer, R. R. (2003). *Communication and Organizational Crisis*. Westport, CT: Praeger.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Tempo.co. (2025). Hendri Satrio: Pemerintah Akar Krisis Kepercayaan Publik. Diakses dari <https://www.tempo.co>
- YouTube Sekretariat Presiden. (2025, April). Pertemuan Presiden Prabowo dengan 7 Pemimpin

Redaksi Media Nasional [Video]. Diakses dari <https://www.youtube.com>.