

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji Strategi Komunikasi Krisis yang diterapkan oleh Polsek Cilongok Banyumas melalui program Ngopi Bareng dalam menangani krisis kepercayaan masyarakat yang timbul akibat penurunan citra kepolisian, yang dipicu oleh kasuskasus nasional serta interaksi negatif di tingkat lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi publik dirancang dan dilaksanakan guna memulihkan citra dan kepercayaan masyarakat, dengan menggunakan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs sebagai landasan teoritis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap informan internal (Kapolsek, Kanit Binmas, Bhabinkamtibmas) serta eksternal (tokoh masyarakat, warga) dari Polsek Cilongok. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, yang mencakup pengumpulan, kondensasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribusi tanggung jawab publik terhadap krisis dibentuk oleh pengalaman langsung dan narasi media, dengan klasifikasi krisis berada pada preventable cluster. Strategi komunikasi krisis yang digunakan mencakup pendekatan humanis dan partisipatif, transparansi informasi, respons yang cepat, kolaborasi dengan tokoh masyarakat, tindak lanjut yang nyata dari hasil dialog, serta penguatan citra positif melalui publikasi di media sosial. Strategi ini dilaksanakan secara adaptif sesuai dengan dinamika persepsi publik dan partisipasi warga. Penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi yang terbuka, responsif, dan berkelanjutan yang berbasis pada keterlibatan publik efektif dalam membangun kembali kedekatan emosional serta memperkuat legitimasi institusi pasca-krisis, dan dapat dijadikan referensi bagi institusi penegak hukum dalam pengelolaan komunikasi krisis.

Kata Kunci: krisis kepercayaan, Polsek Cilongok, Ngopi Bareng, SCCT, komunikasi krisis.

## **ABSTRACT**

*This study examines the Crisis Communication Strategy implemented by the Cilongok Police through the Ngopi Bareng program in dealing with the crisis of public trust arising from the decline in the image of the police, triggered by national cases and negative interactions at the local level. The purpose of this study is to analyze how public communication strategies are designed and implemented to restore public image and trust, using Situational Crisis Communication Theory (SCCT) developed by W. Timothy Coombs as a theoretical foundation. The method used in this study is qualitative descriptive, with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation of internal informants (Police Chief, Binmas Office, Bhabinkamtibmas) and external (community leaders, residents) from Cilongok Police Stations. Data analysis was carried out using the Miles and Huberman model, which includes collection, condensation, data presentation, and conclusion drawn. The results show that the attribution of public responsibility to crises is shaped by direct experience and media narratives, with the classification of crises being in preventable clusters. The crisis communication strategies used include a humanist and participatory approach, information transparency, rapid response, collaboration with community leaders, tangible follow-up of dialogue results, and strengthening a positive image through publications on social media. This strategy is implemented adaptively in accordance with the dynamics of public perception and citizen participation. This study confirms that open, responsive, and sustainable communication based on public engagement is effective in rebuilding emotional closeness and strengthening the legitimacy of post-crisis institutions, and can be used as a reference for law enforcement institutions in crisis communication management.*

*Keywords: crisis of trust, Cilongok Police, Coffee Together, SCCT, crisis communication.*