
Strategi Humas Kejaksaan Agung dalam Mengelola Reputasi Institusi di Mata Publik

Reza Ramadhan¹, Bonardo Marulitua A², M. Ismail Alif³

^{1,2,3}Komunikasi Dan Bahasa, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika,
Depok, Indonesia

Email: ¹rezaramadhaanz1812@gmail.com, ²bonardo.bma@bsi.ac.id, ³m.ismail.msl@bsi.ac.id

Abstract

This study aims to conduct an in-depth exploration of the public relations communication strategy of Kejaksaan Agung in maintaining and strengthening its institutional reputation amidst the dynamics of media coverage, increasing public demands for transparency, and the persistently low level of legal literacy in society. This research employs a qualitative method with a descriptive approach grounded in the constructivist paradigm. Data were collected through document analysis, direct observation of public relations activities, and in-depth interviews with key informants. The data analysis is based on the strategic public relations framework developed by Ronald D. Smith (2021), which comprises four essential phases: formative research, strategy formulation, tactical implementation, and evaluation. The findings indicate that Humas Kejaksaan Agung implements an adaptive and participatory communication approach through the integration of intelligence-based digital analytics, data-driven institutional issue mapping, the development of law-focused educational content, and a rapid response mechanism to public issue dynamics. These findings highlight a strategic innovation that has not been widely discussed in existing public relations literature, particularly within the context of law enforcement institutions. Furthermore, this approach reflects a paradigm transformation from bureaucratic communication models to collaborative, evidence-based, and digitally responsive strategies aligned with public opinion dynamics. Practically, the study recommends strengthening human resource capacity in public relations, particularly in strategic communication competence and legal literacy, to ensure sustained and consistent reputation management in the digital era. Academically, this research provides a conceptual contribution to the development of a strategic communication model for public institutions grounded in formative research and real-time media analytics.

Keywords: Public Relations Strategy, Institutional Reputation, Kejaksaan Agung

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap strategi komunikasi kehumasan Kejaksaan Agung dalam upayanya menjaga dan memperkuat reputasi institusi di tengah dinamika pemberitaan media, meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi, serta masih rendahnya tingkat literasi hukum di masyarakat. Kajian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang berpijak pada paradigma konstruktivis. Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, observasi langsung terhadap kegiatan kehumasan, dan wawancara mendalam dengan informan kunci. Analisis data berlandaskan pada kerangka strategi

kehumasan yang dikemukakan oleh Ronald D. Smith (2021), yang terdiri atas empat fase utama, yakni riset formatif, perumusan strategi, penerapan taktik, dan evaluasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Humas Kejaksaan Agung menerapkan pendekatan komunikasi yang adaptif dan partisipatif, dengan mengintegrasikan teknologi intelijen berbasis analitik digital, pemetaan isu kelembagaan secara berbasis data, pengembangan konten edukatif hukum, serta penerapan mekanisme respons cepat (rapid response) terhadap dinamika isu publik. Hasil tersebut mengindikasikan adanya inovasi strategis yang belum banyak diulas dalam literatur kehumasan, khususnya pada konteks lembaga penegak hukum. Pendekatan ini juga menandai terjadinya transformasi paradigma komunikasi dari pola yang bersifat birokratis menuju strategi yang lebih kolaboratif, berbasis evidensi, dan responsif terhadap dinamika opini publik digital.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) di bidang kehumasan, terutama dalam aspek kompetensi komunikasi strategis dan literasi hukum, untuk memastikan institusi mampu mengelola reputasi secara konsisten dan berkelanjutan di era digital. Di sisi akademik, studi ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan model strategi komunikasi lembaga publik yang berlandaskan riset formatif dan analisis media secara real-time.

Kata Kunci: Strategi Kehumasan, Reputasi Institusi, Kejaksaan Agung

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah menghasilkan pergeseran mendasar dalam pola komunikasi publik. Berdasarkan laporan DataReportal (Kemp, 2024), pada awal tahun 2024 tercatat sebanyak 185,3 juta pengguna internet (66,5% dari total populasi) dan 139 juta pengguna aktif media sosial (49,9%). Data tersebut mempertegas bahwa ranah digital kini menjadi poros utama pembentukan opini masyarakat, di mana pandangan publik terhadap lembaga pemerintah dapat terbentuk, bergeser, bahkan berubah secara cepat dan dinamis. Bagi Kejaksaan Agung (Kejagung), kondisi ini menimbulkan tantangan strategis untuk menjaga reputasi kelembagaan, bukan semata melalui keberhasilan kinerja hukum, tetapi juga melalui tata kelola komunikasi publik yang progresif, adaptif, dan berorientasi pada dinamika wacana digital (Nur, 2020).

Sebagai institusi negara yang memiliki mandat fundamental berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2021, Kejaksaan Agung berfungsi menegakkan hukum secara profesional, melindungi kepentingan publik, menjunjung tinggi nilai-nilai hak asasi manusia, serta memberantas praktik Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN) (kejaksaan.go.id, n.d.). Kinerja tersebut terefleksi dalam tingkat kepercayaan masyarakat yang relatif tinggi. Hasil survei Indikator Politik Indonesia (2025) menunjukkan bahwa 79% responden menaruh kepercayaan terhadap Kejaksaan Agung — angka yang melampaui lembaga lain seperti KPK maupun Polri. Kepercayaan tersebut semakin diperkuat dengan keberhasilan Badan Pemulihan Aset (BPA) yang mampu mengembalikan aset negara senilai Rp1,273 triliun (Nadia Putri Rahmani, 2024).

Kendati demikian, di balik capaian tersebut, Kejaksaan Agung masih menghadapi disparitas reputasi yang cukup mencolok, ditandai oleh munculnya tuduhan keterlibatan oknum dalam kasus korupsi, eksposur pemberitaan negatif, serta rendahnya tingkat literasi hukum masyarakat (Yurizal Riski, 2024). Kondisi ini menggambarkan adanya paradoks reputasi institusional di satu sisi, publik mengapresiasi kinerja Kejagung, namun di sisi lain, opini masyarakat di ruang digital masih mudah dipengaruhi oleh distorsi informasi serta wacana negatif yang dapat mengikis legitimasi lembaga.

Beragam kasus yang mencuat di media massa mempertegas tantangan tersebut. Misalnya, dugaan praktik suap di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat maupun penetapan Direktur Pemberitaan JAK TV sebagai tersangka, yang memicu sorotan publik dan kritik dari komunitas media. Komite Keselamatan Jurnalis (KKJ) bersama Dewan Pers menilai

bahwa langkah tersebut berpotensi mengancam kebebasan pers jika tidak dilakukan sesuai mekanisme hukum yang diatur dalam Undang-Undang Pers (BBC Indonesia, 2025). Diskursus publik yang berkembang secara cepat di kanal TikTok Kompas TV menggambarkan bagaimana opini masyarakat dapat terbentuk secara masif dan instan, sehingga berpengaruh langsung terhadap tingkat kepercayaan terhadap Kejaksaan Agung.

Selain itu, minimnya literasi hukum masyarakat turut memperburuk situasi. Berdasarkan data Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN, 2024), baru sekitar 54% desa atau kelurahan yang berstatus Sadar Hukum. Rendahnya pemahaman hukum ini membuat masyarakat lebih rentan terhadap paparan hoaks, misinformasi, dan framing media yang keliru, yang pada akhirnya dapat memperburuk citra lembaga hukum di mata masyarakat (Yurizal Riski, 2024).

Dalam konteks tersebut, fungsi Humas Kejaksaan Agung menjadi semakin vital dan strategis. Humas tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi kelembagaan, tetapi juga sebagai aktor utama dalam membangun serta mempertahankan kepercayaan publik melalui komunikasi yang berbasis riset, peka terhadap isu, serta selaras dengan nilai-nilai transparansi dan akuntabilitas. Sejalan dengan pandangan (Khoirunnisak et al., 2024), peran esensial humas ialah mengonstruksi dan memelihara citra positif institusi melalui diseminasi informasi yang valid, relevan, dan kredibel.

Temuan (Andhita & Gunasih, 2024) menegaskan bahwa strategi komunikasi humas yang efektif harus mengintegrasikan pendekatan media relations berbasis riset, perencanaan yang matang, serta evaluasi program secara berkelanjutan agar mampu memperkuat reputasi lembaga publik di tengah kompleksitas opini digital.

Sejalan dengan hal tersebut penelitian (Setiadarma, 2021) mengungkap bahwa salah satu hambatan utama komunikasi publik di Indonesia adalah rendahnya literasi digital dan informasi masyarakat, yang berimplikasi pada kesalahpahaman terhadap pesan pemerintah.

Oleh sebab itu, diperlukan strategi kehumasan yang komprehensif dan terintegrasi untuk memperkuat citra positif, mengantisipasi potensi krisis reputasi, serta mengimplementasikan prinsip komunikasi publik yang responsif terhadap perkembangan teknologi digital. Landasan normatif atas peran tersebut juga diperkuat melalui mandat Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang dilansir melalui website resmi Kementerian Komunikasi Dan Digital (KOMDIGI), yang menegaskan pentingnya prinsip transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam tata kelola informasi publik.

Dari sudut pandang akademik, penelitian ini menampilkan kebaruan ilmiah (*novelty*) yang menjadi distingsi utama dibandingkan studi-studi sebelumnya mengenai kehumasan lembaga hukum. Jika riset terdahulu lebih banyak berfokus pada komunikasi satu arah atau sekadar pencitraan institusional, maka penelitian ini menitikberatkan pada transformasi strategi komunikasi Humas Kejaksaan Agung yang berorientasi pada analitik media digital, riset formatif, serta partisipasi publik. Pendekatan ini memperkenalkan paradigma baru dalam pengelolaan reputasi kelembagaan pada era keterbukaan informasi. Dengan demikian, model konseptual yang dihasilkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan kerangka komunikasi strategis institusi publik yang berhadapan langsung dengan opini serta pandangan masyarakat di ruang digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan bagian penting dalam lembaga maupun perusahaan yang memiliki peran utama membangun sekaligus menjaga interaksi dengan publik. Pada institusi pemerintah seperti Kejaksaan Agung, fungsi humas tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga meliputi pembentukan persepsi masyarakat, pengelolaan reputasi, serta upaya menjaga kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang dirancang secara terencana. Posisi humas menjadi strategis karena dituntut mampu merespons dinamika sosial dan mengelola isu-isu publik yang dapat berpengaruh terhadap citra institusi.

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center (1982) dalam (Kussanti et al., 2023), hubungan masyarakat merupakan fungsi administratif yang berfokus pada penilaian opini publik, perumusan kebijakan, serta implementasi program strategis dengan tujuan membangun dukungan, pemahaman, dan simpati dari masyarakat. Dalam konteks Kejaksaan Agung, pandangan tersebut menegaskan bahwa strategi kehumasan harus disusun secara responsif terhadap opini publik, dilaksanakan dengan pendekatan komunikasi yang sistematis, dan diwujudkan dalam program yang relevan untuk mempertahankan citra positif institusi.

Scott M. Cutlip, Allen H. Center (1982) dalam (Kussanti et al., 2023), juga menguraikan empat tahapan pokok dalam program hubungan masyarakat, yaitu: (*search-listen*), yakni mengumpulkan data dan fakta guna memahami opini masyarakat ;(*planning and decision making*), yaitu menyusun strategi komunikasi berdasarkan analisis kondisi sosial, politik, ekonomi, dan psikologis ;(*communication and implementation*), yaitu menyampaikan pesan secara tepat dengan mempertimbangkan isi, waktu, dan cara penyampaian; (*evaluation*), yakni melakukan penilaian atas dampak komunikasi serta efektivitas program yang telah dijalankan.

Temuan penelitian (Alzaira et al., 2024) menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi publik di era digital sangat bergantung pada kemampuan humas dalam menciptakan interaksi dua arah dengan masyarakat. Humas perlu memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk menyebarluaskan informasi yang kredibel, melakukan klarifikasi cepat atas isu sensitif, serta menyusun narasi hukum yang mudah dipahami publik. Pendekatan berbasis data dan partisipasi ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan publik dan menjaga reputasi kelembagaan.

Dari pandangan tersebut terlihat bahwa humas bukan hanya berperan sebagai penyampai informasi, melainkan juga menjalankan fungsi manajerial yang sistematis untuk membangun hubungan dan interaksi dua arah yang baik dengan publik. Proses humas dimulai dengan pemetaan informasi publik, dilanjutkan dengan perencanaan strategi komunikasi, implementasi pesan dengan memperhatikan audiens, saluran, dan waktu penyampaian, hingga tahap evaluasi untuk menilai hasilnya. Dengan pendekatan demikian, humas berfungsi sebagai pengelola strategis yang berperan penting dalam menjaga reputasi serta kepercayaan publik terhadap Kejaksaan Agung.

Definisi Strategi

Dalam kehidupan manusia, strategi diperlukan karena diharapkan bahwa suatu kegiatan akan berjalan seperti yang diharapkan. Dalam kehidupan sehari-hari, sebagai manusia yang bermoral, kita harus menggunakan strategi yang positif, baik, dan tidak merugikan orang lain untuk membuat hidup lebih baik atau lebih baik. Dalam konteks komunikasi, strategi menurut (Gulbrandsen, I. T., & Just, 2016) dalam buku *Strategizing Communication: Theory and Practice* “*strategy is an intentional plan that provides direction and alignment as to why, what and how the organization communicates*”

(strategi adalah rencana yang disengaja yang memberikan arah dan keselarasan mengenai alasan, apa, dan bagaimana organisasi berkomunikasi). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, strategi merupakan rencana komunikasi yang sengaja dirancang untuk menyelaraskan tujuan, pesan, dan cara organisasi berkomunikasi.

Dalam konteks penelitian ini, strategi Humas Kejaksaan Agung dipahami sebagai proses terencana dan terarah untuk membangun citra positif dan kepercayaan publik melalui pesan yang tepat, media yang sesuai, serta langkah komunikasi yang selaras dengan visi institusi. Strategi tidak hanya reaktif terhadap isu, tetapi menjadi alat manajerial yang mengarahkan komunikasi agar efektif dan berdampak.

Pentingnya strategi komunikasi dalam sebuah institusi Kejaksaan juga di perkuat oleh penelitian (Adi Muhtadi, Yoki Yusanto, 2024) yang menunjukkan bahwa Humas Kejaksaan Tinggi Banten menerapkan strategi komunikasi edukatif guna meningkatkan pemahaman hukum generasi muda sebagai respons atas rendahnya literasi hukum masyarakat. Strategi ini mencakup proses pencarian fakta, pemilihan media yang tepat baik tatap muka maupun digital serta evaluasi berkelanjutan untuk mengukur efektivitasnya. Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi Humas Kejaksaan Agung perlu bersifat edukatif dan adaptif agar pesan hukum tersampaikan efektif serta mampu memperkuat literasi hukum publik.

Teori Strategi Humas

Dalam perkembangan praktik kehumasan saat ini, perencanaan yang bersifat strategis menjadi elemen krusial dalam merancang komunikasi yang efektif serta terfokus pada tujuan yang jelas. Oleh karena itu desain penelitian ini menggunakan kerangka (Ronald D. Smith, 2021) dalam *Strategic Planning for Public Relations* yang mencakup empat tahap utama: riset formatif, perumusan strategi, penerapan taktik, dan evaluasi.

Model Smith terdiri dari empat fase utama dengan sembilan langkah spesifik yaitu :

Fase 1 Penelitian formatif (*Formative Research*). Tahap pembuka ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap isu komunikasi yang sedang dihadapi. Prosesnya terdiri dari tiga bagian utama: (1) analisis situasi yang bertujuan mengenali tantangan dan peluang komunikasi, (2) analisis organisasi untuk menelaah kondisi internal lembaga, persepsi publik terhadapnya, dan faktor eksternal yang memengaruhinya, (3) analisis publik, yang melibatkan identifikasi kelompok audiens kunci berikut kebutuhan, karakteristik, dan keterlibatan mereka dalam permasalahan organisasi.

Fase 2 Strategi (*Strategy*). Pada tahap ini, fokus diarahkan pada perumusan tujuan komunikasi dan strategi yang akan dijalankan. Dimulai dari : (4) Menentukan tujuan umum dan sasaran spesifik yang terukur untuk perubahan kesadaran, sikap, dan perilaku, (5) Memilih strategi proaktif atau reaktif, (6) Merumuskan pesan dengan pendekatan persuasif serta menyesuaikan dengan preferensi audiens.

Fase 3 Taktik (*Tactics*). Fase ketiga berkonsentrasi pada pemilihan media dan metode komunikasi yang paling efektif. Ini meliputi : (7) Seleksi terhadap media tatap muka, saluran internal, media massa, serta bentuk promosi lain yang dapat mendukung tujuan komunikasi, (8) Tahap ini juga mencakup penerapan taktik ke dalam rencana kegiatan yang menyeluruh, disertai dengan pengaturan waktu pelaksanaan dan perhitungan anggaran.

Fase 4 Penelitian Evaluasi (*Evaluative Research*). Tahap terakhir difokuskan pada proses mengevaluasi keberhasilan strategi komunikasi yang telah dilakukan. Penilaian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh hasil yang dicapai telah memenuhi target awal yaitu: (9) Mengukur output, outcome, dan dampak dibandingkan sasaran menyempurnakan strategi berdasarkan temuan serta menjadi acuan dalam pengambilan

keputusan untuk menyempurnakan atau mempertahankan strategi di masa mendatang. Melalui kerangka ini, humas dituntut tidak hanya bersifat responsif, tetapi juga mampu menyusun strategi komunikasi yang bersifat proaktif dan berkelanjutan.

Model Smith relevan diterapkan oleh Kejaksaan Agung karena menitikberatkan pada riset publik, pemetaan isu hukum, serta penyusunan strategi komunikasi yang bersifat edukatif dan adaptif, khususnya dalam menghadapi kompleksitas opini digital dan rendahnya literasi hukum masyarakat. Keunggulan utama model ini terletak pada pendekatan evidence-based yang menempatkan riset sebagai dasar formulasi kebijakan komunikasi publik.

Dibandingkan dengan model *Excellence Theory* (James E. Grunig, 1992) yang fokus pada bentuk hubungan komunikasi seperti *press agentry*, *public information*, dan *two-way symmetrical*, model Smith lebih operasional karena menyediakan panduan sistematis dari tahap riset hingga evaluasi. Sementara *Excellence Theory* menekankan simetri komunikasi dan partisipasi publik, pendekatan tersebut dinilai kurang aplikatif untuk konteks lembaga publik seperti Kejaksaan Agung, di mana partisipasi masyarakat dan literasi hukum masih terbatas.

Dengan demikian, Model Smith memiliki keunggulan komparatif karena bersifat empiris, aplikatif, dan kontekstual, memungkinkan Humas Kejaksaan Agung menyusun strategi komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga edukatif dan partisipatif. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas sebagaimana diamanatkan dalam UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

Definisi Reputasi Institusi

Reputasi menjadi aset yang memiliki nilai strategis bagi lembaga penegakan hukum seperti Kejaksaan, sebab tingkat kepercayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh konsistensi, kejujuran, serta tanggung jawab dalam penegakan hukum. (Wæraas & Maor, 2015) dalam buku *Organizational Reputation in the Public Sector* menegaskan bahwa reputasi memberikan kekuatan, otonomi, serta akses pada sumber daya yang krusial, sehingga harus senantiasa dibangun, dipelihara, dan dilindungi. Mereka juga menguraikan dua sudut pandang, yakni “*social constructivist*” dan “*institutional perspectives*” yang menjelaskan bahwa reputasi tidak hanya bersumber dari tindakan organisasi, tetapi juga lahir dari interaksi sosial antara organisasi dengan para pemangku kepentingan.

Di sisi lain, (Husni et al., 2017) dalam buku *Reputasi Yang Berkarakter* mendefinisikan reputasi sebagai identitas dan citra yang terbentuk dalam jangka panjang melalui praktik komunikasi yang konsisten dan berkesinambungan dalam membangun hubungan dengan publik. Pandangan ini memperlihatkan bahwa reputasi merupakan hasil akumulasi proses panjang yang teruji oleh waktu serta dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang efektif. “*Penelitian Flexibility in Accessing Legal Information Through Social Media and Its Implications for Law Enforcement* (Astuti & Jannah, 2021) memperlihatkan bahwa akses fleksibel terhadap informasi hukum melalui media sosial memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi penegak hukum. Ini menunjukkan bahwa strategi humas yang memprioritaskan kemudahan akses informasi hukum dapat mempercepat penguatan reputasi institusi di masyarakat dengan literasi hukum rendah.

Dengan demikian, pandangan tersebut menegaskan bahwa reputasi lembaga publik tidak hanya ditentukan oleh kinerja internal semata, melainkan juga dipengaruhi oleh pengelolaan komunikasi yang terstruktur dan interaksi sosial yang konstruktif dengan masyarakat.

METODE

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivis, sebagaimana dijelaskan oleh (John W. Creswell & Creswell, 2023) dalam *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* “*Constructivist worldview assumptions are that individuals seek understanding of the world in which they live and work. Individuals develop subjective meanings of their experiences, meanings directed toward certain objects or things.*” Apa yang di maksud cresswel tentang konstruktivisme yaitu, meyakini bahwa realitas bersifat plural dan secara sosial dikonstruksi, sehingga hanya dapat dipahami melalui interpretasi atas pengalaman subjektif yang dimiliki individu. Oleh karena itu, paradigma ini menjadi landasan paling tepat untuk menelaah strategi komunikasi Humas Kejaksaan Agung, karena isu reputasi kelembagaan dan komunikasi publik merupakan hasil interaksi sosial yang sarat makna serta tidak dapat dipahami hanya dari perspektif objektif. Dalam konteks ini, peneliti berupaya menangkap pemaknaan subjektif para pelaku komunikasi institusional khususnya pejabat humas terhadap praktik komunikasi strategis, proses pengambilan keputusan, serta upaya mereka dalam menjaga reputasi institusi di tengah kompleksitas opini publik dan rendahnya literasi hukum masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif, yang dimaksudkan untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi kehumasan yang diterapkan oleh Kejaksaan Agung Republik Indonesia dalam membangun serta memelihara citra institusional di tengah masyarakat. Sebagaimana yang di jelaskan (John W. Creswell & Creswell, 2023) dalam *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* “*qualitative researchers tend to collect data in the field at the site where participants experience the issue or problem under study*” and “*qualitative researchers collect data themselves through examining documents, observing behavior, or interviewing participants*” (peneliti kualitatif cenderung mengumpulkan data di lapangan di lokasi tempat partisipan mengalami isu atau masalah yang diteliti) dan (peneliti kualitatif mengumpulkan data sendiri dengan memeriksa dokumen, mengamati perilaku, atau mewawancarai partisipan). Dalam konteks tersebut yaitu komunikasi yang di terapkan oleh humas Kejaksaan Agung. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi langsung di lapangan, mengamati fenomena komunikasi kelembagaan sebagaimana adanya, serta menggali pengalaman empirik dan reflektif dari para pelaku komunikasi publik di Kejaksaan Agung.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan memilih pejabat kunci di Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan Agung sebagai informan utama. Data diperoleh melalui wawancara semiterstruktur untuk menggali pengalaman dan strategi komunikasi, dengan : Dr. Andrie Wahyu Setiawan, S.H., S.Sos., M.H. (Kepala Sub Bidang Kehumasan Puspenkum Kejagung) wawancara di lakukan di ruang rapat Pusat Penerangan Hukum Kejagung dengan waktu ± 2 jam. Pemilihan informan dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan pertimbangan strategis yang relevan dengan fokus kajian. Informan dipilih karena memiliki otoritas substantif dalam merumuskan, melaksanakan, sekaligus mengevaluasi strategi komunikasi kelembagaan. Selain itu, informan berpengalaman secara langsung dalam mengelola hubungan dengan media, memantau isu-isu publik, serta menyusun konten komunikasi hukum yang merepresentasikan posisi resmi institusi. Lebih jauh, informan juga memiliki pemahaman komprehensif terhadap dinamika internal dan eksternal lembaga, termasuk cara publik merespons berbagai isu hukum serta tantangan reputasi yang dihadapi Kejaksaan Agung (Adhyaksa Digital, 2023.). Observasi partisipasi pasif pada aktivitas komunikasi publik di media sosial dan siaran pers, serta studi dokumen berupa arsip resmi, publikasi media, dan laporan kegiatan humas. Untuk meningkatkan validitas, digunakan triangulasi teknik.

Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles & Huberman (1984) yang meliputi reduksi data dengan memilah informasi agar fokus pada aspek relevan penelitian, penyajian data dalam bentuk narasi dan tema strategis, serta penarikan kesimpulan yang diverifikasi melalui triangulasi data guna memastikan konsistensi temuan. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi teknik (wawancara, observasi, dokumen) dan member checking melalui konfirmasi hasil wawancara kepada informan agar interpretasi sesuai makna yang sebenarnya, Validasi dilakukan pula melalui member check dengan informan utama serta pencatatan sistematis melalui jurnal lapangan. Aspek etika penelitian dijaga ketat dengan memastikan persetujuan penelitian dari informan, menjaga kerahasiaan, serta bersikap netral dan terbuka selama proses interaksi lapangan (Sugiyono, 2019). Langkah ini memastikan temuan penelitian mencerminkan kondisi empiris serta dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

HASIL PENELITIAN

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semiterstruktur pada 25 Juni 2025 untuk menggali strategi komunikasi dan pengalaman praktis di Puspenkum, observasi terhadap media digital serta aktivitas komunikasi publik selama April–Juni 2025, serta studi dokumen dari laman resmi, media sosial, siaran pers, dan pemberitaan media nasional. Hasil analisis menghasilkan tiga temuan utama, yaitu pertama, pemanfaatan media digital di mana Puspenkum mengoptimalkan berbagai kanal seperti website, media sosial, dan konten video untuk mempercepat serta memperluas penyebaran informasi hukum. Kedua, integrasi analitik media yang digunakan Kejaksaan untuk membaca sentimen publik, di mana temuan sentimen negatif dijadikan dasar perbaikan pesan dan klarifikasi publik. Ketiga, edukasi hukum sebagai langkah preventif melalui program seperti Jaksa Masuk Sekolah dan diskusi di kampus yang berfungsi meningkatkan literasi hukum masyarakat, memperkuat kepercayaan publik, sekaligus menekan dampak misinformasi. Seluruh hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan model Strategi Komunikasi (Ronald D. Smith, 2021) yang mencakup empat tahapan, yaitu formative research, strategy, tactics, dan evaluative research.

PEMBAHASAN

Formative Research (Analaisis Situasi)

Tahap awal strategi komunikasi Kejaksaan Agung dimulai melalui riset formatif dengan memetakan kondisi rendahnya literasi hukum masyarakat. Berdasarkan data BPHN, tingkat literasi hukum hanya mencapai 6,9%, sementara jumlah desa sadar hukum masih sangat terbatas dibandingkan total desa/kelurahan di Indonesia (BPS, 2020). Untuk memahami opini publik, Kejaksaan memanfaatkan alat intelejen berupa sistem analitik media yang mampu memilah komentar positif maupun negatif dari pemberitaan serta media sosial.

Seperti disampaikan oleh Andrie Wahyu Setiawan, Kasubid Kehumasan Puspenkum, “karena adanya digital platform ini membuat kita itu harus cepat membaca komentar-komentar baik itu positif citizen maupun negatif citizen. Nah, kita punya namanya sistem analitik pemberitaan.” Sistem tersebut mendukung pemantauan opini publik secara real-time. Penerapannya selaras dengan kerangka Harold D. Lasswell dalam (Sarihati et al., 2019) yang menyoroti unsur komunikator, pesan, saluran, penerima, dan dampak, serta sesuai dengan model Allen H. Center 1982 dalam (Kussanti et al., 2023) yang menempatkan riset sebagai fondasi komunikasi strategis.

Penelitian (Alzaira et al., 2024) menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi publik di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan humas dalam menciptakan interaksi dua arah dengan publik melalui teknologi digital dan media sosial. Strategi berbasis data ini

memudahkan klarifikasi isu sensitif serta penyusunan narasi hukum yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat berliterasi hukum rendah.

Keberadaan sistem ini ditegaskan melalui siaran pers Kejaksaan (2024) serta pemberitaan Detik (Naibaho, n.d.). Puspenkum juga aktif merilis informasi harian dan menggunakan hasil analitik untuk mengevaluasi pernyataan pejabat. Dalam kasus sensitif, seperti Direktur JAKTV, Kejaksaan menegaskan bahwa perbuatan tersebut bersifat pribadi, sebagaimana dinyatakan dalam press release (2025) dan Kompas (Safitri & Ramadhan, n.d.). Implementasi sistem analitik *real-time* oleh Puspenkum memperkuat elemen riset formatif menurut Smith karena menyediakan data situasional yang berkelanjutan dan berbasis bukti untuk pengambilan keputusan komunikasi. Praktik ini tidak hanya mengkonfirmasi fokus Smith pada pengumpulan dan analisis informasi awal, tetapi juga memperkaya modelnya dengan menunjukkan kebutuhan spesifik lembaga penegak hukum akan kapabilitas digital listening dan intelijen media untuk menangani viralisasi isu hukum di ruang publik digital. Studi tentang akses informasi hukum melalui media sosial menegaskan manfaat sekaligus risiko ruang digital yang memerlukan pengawasan dan edukasi publik sehingga riset formatif harus mencakup aspek regulasi informasi dan pendidikan publik

.Dengan demikian, riset formatif Kejaksaan menunjukkan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan teori komunikasi klasik dengan praktik digital kontemporer, sekaligus responsif terhadap dinamika opini publik.

Strategy (Penyusunan Strategi Komunikasi)

Menurut kerangka strategi komunikasi yang dikemukakan (Ronald D. Smith, 2021), tahap penyusunan strategi berfungsi untuk merumuskan tujuan, menentukan audiens prioritas, dan menyusun pesan inti. Dalam konteks Kejaksaan Agung, strategi komunikasi tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga diarahkan untuk memperluas literasi hukum publik melalui pendekatan kolaboratif dengan memanfaatkan media digital. Informan menjelaskan bahwa institusi ini telah mengembangkan kanal komunikasi terintegrasi, meliputi Instagram, YouTube, podcast, hingga *Sound of Justice Radio*, serta melaksanakan program “*Jaksa Masuk Sekolah*” dan “*Jaksa Goes to Campus*” sebagai sarana edukasi hukum.

Temuan (Adi Muhtadi, Yoki Yusanto, 2024) menunjukkan bahwa strategi komunikasi edukatif yang diterapkan oleh Humas Kejaksaan Tinggi Banten efektif meningkatkan pemahaman hukum generasi muda, dengan melibatkan *fact finding*, pemilihan media yang sesuai, serta evaluasi berkelanjutan. Pendekatan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi Kejaksaan Agung harus bersifat adaptif, edukatif, dan partisipatif untuk menjawab tantangan rendahnya literasi hukum masyarakat.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan (Gulbrandsen, I. T., & Just, 2016) dalam *Strategizing Communication: Theory and Practice* yang menekankan pentingnya perencanaan komunikasi yang terstruktur terkait apa, mengapa, dan bagaimana organisasi berkomunikasi. Integrasi komunikasi digital dan tatap muka menjadi langkah strategis Kejaksaan dalam memperkuat pemahaman hukum. Selain itu, setiap konten dianalisis sebelum dirilis guna mengantisipasi potensi misinformasi. Contoh nyata terlihat pada isu penyitaan dana sebelas triliun, ketika Puspenkum menegaskan seluruh hasil sitaan disetorkan ke kas negara. Hal ini mendukung temuan Yodiansyah et al. (2025) yang menekankan transparansi dan narasi positif sebagai modal membangun citra lembaga.

Pendekatan edukatif dan integrasi kanal digital tatap muka yang diterapkan Puspenkum menegaskan prinsip Smith tentang penyusunan strategi berbasis riset publik dan segmentasi khalayak. Praktik “*Jaksa Masuk Sekolah*” dan kanal kreatif menunjukkan bagaimana strategi Smith dapat dikontekstualisasikan untuk meningkatkan literasi hukum

pada audiens berpengetahuan rendah langkah ini selaras dengan temuan studi kasus Kejati Banten yang berhasil menerapkan strategi edukatif untuk generasi muda. Dengan demikian Smith's Model terbukti adaptif; namun perlu penegasan prosedur pelatihan dan indikator kinerja (KPI) edukasi agar tujuan perubahan pengetahuan dapat terukur.

Hal ini menunjukkan strategi komunikasi Kejaksaan bersifat informatif, strategis, dan adaptif, sesuai prinsip Smith (2021) mengenai tujuan edukatif, segmentasi khalayak, pesan kontekstual, dan langkah responsif terhadap dinamika pemberitaan.

Tactics (Pelaksanaan Taktik Komunikasi)

Dalam kerangka (Ronald D. Smith, 2021) tahap taktik berfokus pada pemilihan media, bentuk komunikasi, serta langkah praktis dalam penyampaian pesan. Pada Kejaksaan Agung RI, pelaksanaan taktik diwujudkan melalui strategi multikanal yang menyesuaikan perkembangan digital, salah satunya penggunaan Instagram sebagai medium interaktif. Informan menekankan bahwa efektivitas media sosial sangat terasa, khususnya saat menyampaikan isu pengungkapan korupsi. Tidak hanya mengandalkan kanal internal, Kejaksaan menggandeng media eksternal, seperti Kompas TV melalui program “Jurnal Adhyaksa” dan Antara TV dengan “Jaga Desa.” Kolaborasi ini diperluas dengan menghadirkan figur publik, misalnya Deddy Corbuzier, dalam podcast *Sound of Justice* Radio untuk menyajikan perspektif hukum yang lebih ringan. Pendekatan ini mendukung temuan (Tawaqal et al., 2024) tentang komunikasi dua arah dan (Rahardiansyah & Hartanto, 2024) terkait penguatan kepercayaan publik melalui media sosial. Selain itu, koordinasi kelembagaan menjadi penting dalam implementasi *Restorative Justice* (RJ). Andrie menjelaskan bahwa RJ menampilkan wajah humanis hukum, contohnya pengampunan kasus pencurian kecil. Setiap konten diuji melalui sistem analitik untuk mengantisipasi reaksi publik. Selain itu, dalam konteks memperkuat reputasi lembaga hukum di masyarakat dengan literasi rendah, hasil studi (Astuti & Jannah, 2021) menunjukkan bahwa akses fleksibel terhadap informasi hukum melalui media sosial dapat memperkuat kepercayaan publik.

Pelaksanaan taktik multikanal (Instagram, podcast, kolaborasi media) menunjukkan bagaimana taktik Smith dieksekusi untuk menjangkau khalayak yang berbeda. Kerja sama media relations dan penggunaan figur publik sebagai bridge ke publik non-spesialis memperlihatkan adaptasi taktis pesan hukum dibuat lebih mudah dicerna tanpa mengorbankan akurasi. Studi tentang manajemen media relations lembaga antikorupsi (KPK) menunjukkan efektivitas kerja sama media dan perencanaan taktis dalam membangun reputasi, yang menguatkan relevansi pilihan taktik Kejaksaan (Andhita & Gunasih, 2024).

Dengan demikian, taktik komunikasi Kejaksaan mencerminkan prinsip (Ronald D. Smith, 2021) mengenai efektivitas pesan, keberagaman saluran, dan pemilihan momentum.

Evaluative Research (Evaluasi Dan Umpan Balik)

Tahap evaluasi, sebagaimana ditegaskan (Ronald D. Smith, 2021) merupakan aspek krusial dalam strategi komunikasi karena berfungsi mengukur efektivitas pesan. Di Kejaksaan Agung RI, evaluasi dijalankan melalui kombinasi pemanfaatan teknologi analitik digital dengan pengalaman empiris para jaksa yang bertugas di bidang kehumasan. Informan menyampaikan bahwa sistem pemantauan selalu diperbarui mengikuti perkembangan teknologi dan dinamika opini publik. Meski terdapat keterbatasan kapasitas komunikasi akibat dominasi latar belakang hukum, evaluasi dilakukan secara reflektif berbasis praktik. Tahapan ini sejalan dengan model Allen H. Center (1982) dalam (Kussanti et al., 2023), serta pandangan (Wæraas & Maor, 2015) bahwa reputasi publik perlu dijaga melalui monitoring berkelanjutan. Evaluasi mencakup

pengukuran dampak pesan terhadap tren kasus hukum, seperti kampanye di wilayah dengan tingginya kasus kekerasan berbasis gender. Praktik ini konsisten dengan penelitian (Purnomo & Sadono, 2022) yang menekankan konsistensi pesan dan evaluasi sistematis. Puspenkum juga melakukan analisis prediktif sebelum publikasi serta menilai efektivitas konten kreatif berbasis visual. Lebih jauh, temuan (Alzaira et al., 2024) juga menekankan bahwa efektivitas komunikasi publik di era digital ditentukan oleh kemampuan humas dalam mengintegrasikan umpan balik publik secara langsung melalui media sosial.

Kombinasi analitik digital dan refleksi praktis jaksa dalam evaluasi membuktikan prinsip evaluative research Smith: evaluasi bersifat berkelanjutan, adaptif, dan berdasar data. Praktik analisis prediktif sebelum publikasi memperluas aplikasi Smith dengan menambahkan dimensi pre-emptive monitoring yang khusus relevan bagi institusi penegak hukum yang menghadapi isu-isu cepat menyebar. Temuan dari studi Polda Jatim mengenai evaluasi kinerja humas mendukung pentingnya struktur evaluasi terstandar (tolok ukur *output–outcome*) untuk memastikan efektivitas komunikasi (Purnomo & Sadono, 2022). Hambatan SDM dan literasi publik mengharuskan evaluasi tidak hanya mengukur indikator komunikasi (reach, engagement), tetapi juga dampak pengetahuan hukum dan perubahan perilaku. Praktik terbaik dari institusi lain menyarankan integrasi indikator literasi hukum dalam kerangka evaluasi dan kemitraan dengan akademika untuk mengukur outcome edukatif secara lebih valid (Adi Muhtadi, Yoki Yusanto, 2024).

Dengan demikian, evaluasi Kejaksaan mencerminkan prinsip evaluative research (Ronald D. Smith, 2021) yang menitikberatkan pada adaptasi, responsivitas, serta pemanfaatan data dan pengalaman lapangan.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Humas Kejaksaan Agung RI dalam menjaga reputasi institusi dilaksanakan secara sistematis dengan berlandaskan model strategi komunikasi Ronald D. Smith (2021), yang terdiri dari empat tahap utama. Tahap Formative Research dilakukan melalui pemetaan isu strategis dan persepsi publik dengan memanfaatkan pemantauan digital, analisis pemberitaan media, serta observasi interaksi masyarakat di media sosial. Pada tahap Strategy, tujuan komunikasi difokuskan pada edukasi hukum dan keterbukaan informasi publik, disertai segmentasi khalayak berdasarkan tingkat literasi hukum. Tahap Tactics diwujudkan dengan penerapan komunikasi multikanal melalui media digital seperti Instagram, YouTube, dan Podcast, juga melalui media mainstream serta konten visual kreatif yang dirancang untuk menarik perhatian publik. Sementara itu, tahap Evaluative Research dilakukan dengan evaluasi berbasis data, baik secara kuantitatif melalui analisis sentimen publik dan engagement media sosial, maupun secara kualitatif melalui umpan balik jaksa dan klarifikasi publik. Secara keseluruhan, strategi ini bersifat fleksibel, responsif, dan berbasis data aktual, meskipun masih menghadapi kendala berupa keterbatasan SDM dengan kompetensi komunikasi strategis serta rendahnya literasi hukum masyarakat.

Penelitian ini menghadirkan kontribusi signifikan bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah public sector communication dan praktik kehumasan lembaga penegak hukum. Berbeda dengan riset-riset sebelumnya yang cenderung berfokus pada fungsi penyampaian informasi secara satu arah atau aspek pencitraan semata, studi ini menawarkan kerangka komunikasi strategis yang berpijak pada riset formatif dan pemanfaatan analitik digital, khususnya dalam konteks lembaga hukum dengan tingkat literasi publik yang masih rendah. Pendekatan ini memperluas penerapan teori (Ronald D. Smith, 2021) dengan mengintegrasikan dimensi *evidence-based*

communication serta edukasi hukum, sehingga menghasilkan model konseptual yang lebih kontekstual dan relevan bagi institusi publik dalam membangun reputasi melalui komunikasi yang adaptif, partisipatif, dan berbasis data. Temuan penelitian ini juga memperkaya khazanah teori komunikasi strategis dengan menegaskan pentingnya sinergi antara *data-driven communication*, penguatan literasi hukum, dan interaksi dua arah sebagai pilar dalam membangun legitimasi kelembagaan yang berkelanjutan.

Sebagai implikasi praktis terkait kurangnya SDM di bidang komunikasi, diperlukan upaya penguatan kapasitas kelembagaan Humas Kejaksaan Agung melalui perekrutan personel dengan latar belakang keilmuan komunikasi strategis, disertai pelatihan intensif mengenai pengelolaan media digital dan pemanfaatan analisis data. Di samping itu, program literasi hukum publik perlu dirancang secara terencana, terukur, dan berjenjang hingga ke tingkat daerah (Kejaksaan Negeri) dengan melibatkan unsur akademisi, komunitas hukum, serta tokoh masyarakat sebagai mitra edukatif. Penguatan kolaborasi dengan media mainstream maupun *influencer* di bidang hukum juga direkomendasikan guna memperluas jangkauan pesan edukatif dan meningkatkan efektivitas komunikasi publik. Selanjutnya, proses evaluasi harus dilaksanakan secara berkelanjutan menggunakan indikator yang mencakup *engagement* publik, peningkatan pemahaman hukum, dan perubahan perilaku masyarakat, agar strategi komunikasi Humas Kejaksaan Agung tidak hanya berorientasi pada pemeliharaan reputasi, tetapi juga berkontribusi nyata terhadap peningkatan kesadaran serta literasi hukum masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhyaksa Digital. (n.d.). *Yok! Kenali Sosok Andrie Setiawan, Jaksa Berdarah Campuran Tionghoa*. Adhyaksadigital. <https://www.adhyaksadigital.com/2023/11/10/yok-kenali-sosok-andrie-setiawan-jaksa-berdarah-campuran-tionghoa/>
- Adi Muhtadi, Yoki Yusanto, A. N. (2024). (Penkum) Humas Kejaksaan Tinggi Banten Bagi Generasi Bangsa. *Jurnal Kebangsaan RI*, 2, 24–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.31848/jkri.v1i2.3405>
- Alzaira, F., Uin, R., Abdurrahman, K. H., Alamat, W., Pahlawan, J., Kabupaten, K., & Tengah, J. (2024). Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual Strategi Publik Relations dalam Mengoptimalkan Pengaruh Digital. *Misterius : Publikasi Ilmu Seni Dan Desain Komunikasi Visual*, 2, 55–64.
- Andhita, C., & Gunasih, A. (2024). Strategi Komunikasi Biro Humas KPK Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Melalui Aktivitas Media Relations. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 9(1), 176–185. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i1.4218>
- Astuti, F. F., & Jannah, L. N. (2021). Flexibility in Accessing Legal Information Through Social Media and Its Implications for Law Enforcement. *Journal of Indonesian Constitutional Law*, 2(1), 24–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.71239/jicl.v2i1.37>
- BBC Indonesia, 2025. (n.d.). *Penangkapan Direktur Pemberitaan JAK TV menuai polemik – Mengapa produk jurnalistik harus dipisahkan dari pidana?* BBC Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c77ne6037eno>

- Grunig, J. E. (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management* (10th anniv). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Gulbrandsen, I. T., & Just, S. N. (2016). *Strategizing Communication: Theory and Practice* (First Edit). Samfundslitteratur.
- Husni, M., Sugiyanto, D. R., & Nurnisya, F. (2017). *Reputasi Yang Berkarakter* (Edisi Pert). PT Media Piar Indonesia.
- John W. Creswell, & Creswell, J. D. (2023). Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In L. Fargotstein (Ed.), *SAGE Publications, Inc.: Vol. Sixth Edit* (Sixth Edit, Issue 1). SAGE.
- kejaksaan.go.id. (n.d.). *Pengertian Kejaksaan*. Kejaksaan.Go.Id. <https://kejaksaan.go.id/about/info>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Datareportal.Com. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Khoirunnisak, C. M., Farihah, I., & Syamsiani, I. N. (2024). Strategi Kehumasan dalam Membangun Citra IAIN Kudus sebagai Perguruan Tinggi Islam Terapan di Era Digital. *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 2(2), 187–197. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8700>
- KOMDIGI. (n.d.). *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik*. https://jdih.komdigi.go.id/produk_hukum/view/id/172/t/undangundang+nomor+14+tahun++2008+tanggal+30+april+2008
- Kussanti, D. P., Irawan, B., Suryani, I., Kusnadi, I. H., & Susanti, E. (2023). *Hubungan Masyarakat* (Edisi Pert). Getpress Indonesia.
- Nadia Putri Rahmani. (2024). *Kejagung telah pulihkan aset negara sebesar Rp1,273 triliun*. Antaranews. <https://www.antaranews.com/berita/4490801/kejagung-telah-pulihkan-aset-negara-sebesar-rp1273-triliun>
- Naibaho, R. (n.d.). *Sahroni Cek Alat Intelijen di Kejagung: Luar Biasa, Canggih Sekali*. News.Detik. Retrieved June 27, 2025, from <https://news.detik.com/berita/d-7657179/sahroni-cek-alat-intelijen-di-kejagung-luar-biasa-canggih-sekali>
- Nur, M. (2020). Konstruksi Reputasi dan Responsivitas Instansi Pemerintah Melalui Media Sosial pada Situasi Pandemi Covid-19 di Indonesia (Analisis Wacana Pada Laman Facebook Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan RI). *INDONESIAN TREASURY REVIEW - Jurnal Pembendarahan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, Vol.5(3), 219. <https://doi.org/10.33105/itrev.v5i3.229>
- Purnomo, Y. B. A., & Sadono, T. P. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS POLDA JATIM DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA KEPOLISIAN. *Jurnal Penelitian Komunika*, 2(4), 1–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.69957/relasi.v2i04.925>
- Rahardiansyah, D. D., & Hartanto, E. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DIVISI HUMAS POLRES METRO JAKARTA SELATAN DALAM MEMBERIKAN KEPERCAYAAN PUBLIK MELALUI INSTAGRAM @polisijaksel. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(02), 60–66. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i02.1497>

- Ronald D. Smith. (2021). Strategic planning for public relations. In *Routledge* (6th Editio). Routledge. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(80\)90124-7](https://doi.org/10.1016/0024-6301(80)90124-7)
- Safitri, K., & Ramadhan, A. (n.d.). *Jaksa Agung Klarifikasi ke Dewan Pers: Kasus Direktur JAK TV Perbuatan Personal*. Nasinal.Kompas. Retrieved June 27, 2025, from <https://nasional.kompas.com/read/2025/04/22/15462201/jaksa-agung-klarifikasi-ke-dewan-pers-kasus-direktur-jak-tv-perbuatan?page=all>
- Sarihati, T., Luthfie, M., & Kurniadi, B. (2019). *KOMUNIKASI POLITIK, MEDIA MASSA, DAN OPINI PUBLIK* (edisi pert). PT Raja Grafindo Persada.
- Setiadarma, A. (2021). Kaitan Public Opinion dan Public Relation. *Ilmu Komunikasi*, XXVI(3), 216–219.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Kedua). ALFABETA.
- Tawaqal, R. S., Taufiq, A., Ramdan, M., & Silviany, A. E. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Humas Jabar dalam Penyampaian Informasi di Era Digital. *E-Journal BSI*, 11(2), 67–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jika>
- Wæraas, A., & Maor, M. (2015). *Organizational Reputation in the Public Sector* (Routledge (Taylor & Francis Group) (ed.); First Edit).
- Yurizal Riski, R. (2024). *Rendahnya Kesadaran Hukum di Indonesia*. <https://literasihukum.com/rendahnya-kesadaran-hukum-di-indonesia/>