

ABSTRAK

Krisis merupakan suatu kondisi yang tak terduga, dapat bermula dari lingkungan internal maupun eksternal dan dapat mengancam eksistensi organisasi itu sendiri. Seperti halnya telah terjadi penyerangan Polsek Ciracas oleh Oknum TNI pada tanggal 29 Agustus 2020. Studi ini meneliti tentang aktivitas komunikasi krisis TNI dalam menyikapi kasus tersebut dilihat dari teori Public Relations dan Manajemen Krisis menggunakan analisis isi kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan upaya yang dilakukan oleh TNI melalui tiga tahap manajemen krisis yaitu: (1) Tahap Pra Krisis, berpedoman pada Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2013 tentang Pedoman Komunikasi Kehumasan di Lingkungan Kementrian Pertahanan dan Tentara Nasional Indonesia dan Peraturan Menteri Pertahanan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2013 tentang Pedoman Pengelolaan Komunikasi Krisis; (2) Tahap Krisis, menurut Combs (2010:28) melakukan strategi tactical advice, strategic advice, corporate apologia, dan image repair theory; (3) Tahap Pasca Krisis, evaluasi terhadap pengelolaan komunikasi krisis di lingkungan TNI. Aktifitas komunikasi krisis yang dilakukan oleh TNI dimulai pada tahap pre- crisis, menganalisis tanda-tanda krisis; tahap warning, melakukan rapat; tahap acute crisis, humas TNI mengklarifikasi berbagai pemberitaan menggunakan kegiatan konferensi pers; tahap clean up, TNI melakukan permintaan maafan kepada pihak yang dirugikan; tahap post crisis, dengan menindak tegas pelaku.

Kata kunci: Komunikasi Krisis, Manajemen Krisis, Public Relations