MANDALA

Jurnal Manajemen dan Administrasi Pendidikan
Volume 1, No 3, November 2026: 199-208
e-ISSN: 3163-8589
https://doi.org/10.66031/mandala.v1i3.890

Strategi Komunikasi Krisis dalam Menjaga Kepercayaan Publik dan Reputasi Lembaga Pendidikan: Studi Literatur

Crisis Communication Strategies in Maintaining Public Trust and The Reputation of Educational Institutions: A Literature Study

Faisal Alhabsy[1], Qulya Anggi Darise[2], Alda Ismail[3], Putri Nayla Pakaya[4], Muliyani Talani[5], Darmawan Thalib[6]

[1,2,3,4,5,6] Educational Management, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Corresponding e-mail: 131424023@mahasiswa.ung.ac.id

Received: 03-11-2026 *Accepted: 08-11-2026* *Published: 12-11-2026*

Abstrak

Lembaga pendidikan berada dalam sorotan publik yang terus-menerus, sehingga krisis dapat dengan cepat mengikis kepercayaan pemangku kepentingan dan reputasi lembaga. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi komunikasi krisis di lembaga pendidikan, dengan fokus pada pengelolaan isu, penanganan krisis, peran juru bicara, komunikasi melalui media, dan pemulihan kepercayaan publik setelah krisis. Hasil kajian menunjukkan lima pola utama. Pertama, pengelolaan isu berfungsi sebagai mekanisme deteksi dini yang menekan peluang isu berkembang menjadi krisis. Kedua, strategi respons lebih efektif apabila disesuaikan dengan jenis krisis dan tingkat tanggung jawab lembaga sebagaimana dirumuskan dalam Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Ketiga, juru bicara yang kredibel, jujur, dan empatik, didukung tim krisis dengan kepemimpinan yang jelas, memperkuat keyakinan publik. Keempat, pilihan media, terutama media sosial, memengaruhi kecepatan penyebaran dan cara krisis dipersepsikan. Kelima, pemulihan kepercayaan menuntut transparansi, akuntabilitas, dan tindakan korektif yang nyata, bukan sekadar permintaan maaf. Kajian ini menyimpulkan bahwa komunikasi krisis di lembaga pendidikan perlu dipahami sebagai proses berkelanjutan berbasis nilai yang berjalan pada fase prakrisis, krisis, dan pascakrisis.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis; Lembaga Pendidikan; Kepercayaan Publik; Reputasi Institusi; Juru Bicara

How to Cite:

Alhabsy, F., Darise, Q. A., Ismail, A., Pakaya, P. N., Talani, M., & Thalib, D. (2026). Strategi Komunikasi Krisis dalam Menjaga Kepercayaan Publik dan Reputasi Lembaga Pendidikan: Studi Literatur. *MANDALA: Jurnal Manajemen dan Administrasi Pendidikan*, *1(3)*, 199-208. https://doi.org/10.66031/mandala.v1i3.890

Copyright ©2026 to the Author. Published by CV. Ihsan Cahaya Pustaka
This is an open access article under the CC-BY-SA license

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi, memiliki peran strategis dalam pembangunan sumber daya manusia melalui penyelenggaraan pendidikan, pengembangan ilmu pengetahuan, dan pembentukan integritas sosial. Kedudukan tersebut menjadikan kepercayaan publik sebagai fondasi penting bagi keberlanjutan dan legitimasi kelembagaan. Mahasiswa, orang tua, dosen, tenaga kependidikan, pemerintah, mitra industri, dan masyarakat luas tidak hanya menilai lembaga pendidikan berdasarkan mutu layanan akademik, tetapi juga integritas tata kelola, akuntabilitas, serta kemampuan institusi merespons persoalan. Kepercayaan publik tidak terbentuk semata-mata melalui pencapaian akademik, melainkan juga melalui konsistensi tindakan kelembagaan ketika menghadapi

situasi yang mengancam kepentingan pemangku kepentingan. Krisis yang tidak dikelola secara tepat berpotensi berkembang melampaui gangguan operasional menjadi persoalan kredibilitas, legitimasi, dan reputasi institusi.

Krisis di lingkungan pendidikan memiliki sumber dan karakteristik yang beragam, mulai dari keadaan darurat kesehatan masyarakat, konflik internal, demonstrasi mahasiswa, pelanggaran etika akademik, hingga kontroversi yang berkembang melalui media sosial. Pengalaman perguruan tinggi di Afrika Selatan memperlihatkan bahwa protes mahasiswa dan pandemi COVID-19 dapat menimbulkan konsekuensi serius terhadap stabilitas kelembagaan, termasuk kerugian yang mencapai lebih dari satu miliar rand (Pharaoh, 2024). Di Chile, unggahan pada platform X mengenai tesis kontroversial memicu krisis reputasi pada sebuah universitas negeri (Amigo-López & Rojas-Gomez, 2024). Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa krisis dapat bersumber dari persoalan internal maupun eksternal, kemudian berkembang menjadi tekanan reputasi melalui penyebaran informasi di ruang digital. Karakter media sosial yang memungkinkan informasi beredar secara cepat dan luas mempersempit waktu respons institusi sekaligus meningkatkan risiko terbentuknya persepsi negatif sebelum klarifikasi resmi disampaikan. Eriksson (2018) menegaskan pentingnya pemahaman terhadap karakter komunikasi krisis melalui media sosial, terutama dalam menghubungkan temuan penelitian dengan kebutuhan praktik komunikasi organisasi.

Dalam situasi krisis, komunikasi menjadi instrumen strategis yang menentukan kemampuan lembaga mengendalikan ketidakpastian, menjelaskan persoalan, dan mempertahankan hubungan dengan publik. Respons yang lambat, tertutup, tidak konsisten, atau tidak didukung informasi yang dapat dipertanggungjawabkan berpotensi memperbesar kerusakan reputasi. Schultz et al. (2011) menunjukkan bahwa medium komunikasi memengaruhi persepsi dan reaksi publik terhadap pesan krisis, sehingga pemilihan saluran komunikasi tidak dapat diperlakukan sebagai keputusan teknis semata. Pada lembaga pendidikan, persoalan tersebut semakin kompleks karena komunikasi harus menjangkau kelompok pemangku kepentingan dengan kebutuhan informasi dan kepentingan yang berbeda. Lewicka (2022) mengidentifikasi bahwa pembangunan dan pemulihan kepercayaan pada perguruan tinggi merupakan persoalan organisasional yang membutuhkan perhatian khusus, sementara praktik pemulihan setelah terjadinya pelanggaran masih cenderung dilakukan secara ad hoc dan informal. Aziz dan Kareem (2025) juga menemukan hubungan positif yang kuat antara kualitas komunikasi krisis dan kepercayaan mahasiswa setelah konflik internal. Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi krisis bukan sekadar penyampaian klarifikasi, melainkan mekanisme untuk membangun transparansi, menunjukkan tanggung jawab, dan memulihkan kepercayaan publik.

Secara teoretis, komunikasi krisis dapat dianalisis melalui *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), yang menempatkan atribusi tanggung jawab sebagai dasar penentuan strategi

respons organisasi. Strategi yang dipilih perlu mempertimbangkan bagaimana publik mengidentifikasi penyebab dan tanggung jawab organisasi atas krisis karena ketidaktepatan respons dapat memperburuk ancaman terhadap reputasi (Ma & Zhan, 2016). Perspektif pemulihan citra (*image repair*) juga memberikan alternatif strategi, meliputi penyangkalan, penghindaran tanggung jawab, pengurangan sifat ofensif, tindakan korektif, dan permohonan maaf. Kedua perspektif tersebut menegaskan bahwa respons krisis harus disesuaikan dengan karakter persoalan, tingkat tanggung jawab institusi, dan persepsi pemangku kepentingan. Praktik komunikasi krisis juga memerlukan perencanaan sebelum krisis, keterbukaan informasi, kemitraan dengan publik, kemampuan mendengarkan aspirasi, serta juru bicara yang kompeten. Pengelolaan komunikasi yang efektif bahkan berkaitan dengan kapasitas pengambilan keputusan dan koordinasi kelembagaan dalam situasi darurat (Freeman et al., 2021).

Meskipun kajian komunikasi krisis telah berkembang, penerapannya pada lembaga pendidikan memiliki kompleksitas tersendiri karena melibatkan kepentingan akademik, relasi sosial, tata kelola, dan kepercayaan berbagai kelompok pemangku kepentingan. O'Shea et al. (2022) telah menganalisis respons komunikasi perguruan tinggi terhadap pandemi COVID-19 di Kanada, Tiongkok, dan Amerika Serikat. Kamil et al. (2025) juga telah memetakan strategi komunikasi krisis pada institusi pendidikan tinggi melalui kajian *systematic scoping review*. Kedua kajian tersebut memberikan landasan penting, tetapi penelitian ini diarahkan untuk menyintesiskan keterkaitan antara pengelolaan isu, atribusi tanggung jawab, pemilihan strategi respons, penggunaan media komunikasi, dan pemulihan kepercayaan serta reputasi dalam satu kerangka analisis. Dalam konteks Indonesia, pengelolaan isu dan opini publik menjadi bagian penting dari tata kelola lembaga pendidikan karena reputasi merupakan aset strategis dalam membangun kepercayaan masyarakat (Harsono et al., 2026). Persoalan yang perlu mendapat perhatian ialah kecenderungan komunikasi krisis yang bersifat reaktif, yaitu ketika institusi baru memberikan respons setelah isu menyebar dan membentuk persepsi negatif di ruang publik.

Berdasarkan persoalan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi krisis dalam menjaga kepercayaan publik dan reputasi lembaga pendidikan melalui studi literatur. Analisis difokuskan pada karakteristik krisis, landasan teoretis komunikasi krisis, strategi penyampaian respons, pemanfaatan media komunikasi, serta mekanisme pemulihan kepercayaan dan reputasi kelembagaan. Penelitian ini diharapkan menghasilkan sintesis konseptual mengenai strategi komunikasi krisis yang tidak hanya berorientasi pada pengendalian isu dan pembatasan kerusakan reputasi, tetapi juga pada transparansi, akuntabilitas, ketepatan respons, dan pemeliharaan hubungan jangka panjang antara lembaga pendidikan dan pemangku kepentingannya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi literatur (*literature review*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menelaah, membandingkan, dan menyintesis hasil penelitian terdahulu mengenai strategi komunikasi krisis dalam menjaga kepercayaan publik dan reputasi lembaga pendidikan. Fokus kajian tidak diarahkan pada pengumpulan data primer, tetapi pada analisis kritis terhadap konsep, temuan empiris, dan argumentasi teoretis yang relevan dengan permasalahan penelitian.

Penelusuran literatur dilakukan melalui sejumlah basis data dan mesin pencari akademik, meliputi *Google Scholar, DOAJ, Frontiers, Emerald Insight, Taylor & Francis Online*, MDPI, serta portal jurnal nasional. Pencarian menggunakan kombinasi kata kunci berbahasa Inggris, yaitu *crisis communication, higher education, university, trust repair, reputation, spokesperson, issue management,* dan *social media*. Kata kunci berbahasa Indonesia meliputi komunikasi krisis, manajemen isu, reputasi lembaga pendidikan, dan kepercayaan publik. Kombinasi kata kunci digunakan untuk menjangkau literatur yang membahas komunikasi krisis secara konseptual maupun penerapannya dalam konteks pendidikan tinggi, termasuk pengelolaan isu, respons organisasi, komunikasi digital, dan pemulihan kepercayaan.

Seleksi literatur dilakukan berdasarkan kesesuaian substansi dengan fokus penelitian. Kriteria inklusi mencakup artikel jurnal ilmiah yang membahas komunikasi krisis, manajemen isu, reputasi organisasi, kepercayaan publik, strategi respons krisis, atau penerapannya pada lembaga pendidikan. Literatur yang digunakan diprioritaskan berdasarkan relevansi topik, kejelasan metodologi, kredibilitas penerbit, serta kontribusinya terhadap pengembangan kerangka konseptual penelitian. Sumber yang tidak memiliki keterkaitan langsung dengan fokus kajian, tidak menyediakan informasi ilmiah yang memadai, atau hanya mengulang pembahasan tanpa kontribusi substantif tidak diprioritaskan. Seleksi dilakukan melalui pemeriksaan judul, abstrak, kata kunci, dan isi artikel untuk memastikan kesesuaian sumber dengan tujuan penelitian.

Analisis literatur dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui tiga tahapan. Pertama, identifikasi dan klasifikasi literatur berdasarkan tema utama, meliputi karakteristik krisis di lembaga pendidikan, landasan teoretis komunikasi krisis, strategi penyampaian respons, pemanfaatan media komunikasi, serta pemulihan kepercayaan dan reputasi. Kedua, analisis komparatif dilakukan dengan membandingkan perspektif teoretis, konteks penelitian, pendekatan komunikasi, dan temuan empiris dari setiap sumber untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta keterbatasan kajian terdahulu. Ketiga, sintesis tematik dilakukan dengan mengintegrasikan temuan yang relevan guna merumuskan hubungan antara karakteristik krisis, strategi komunikasi, respons pemangku kepentingan, dan pemulihan reputasi kelembagaan.

Keabsahan analisis dijaga melalui pemeriksaan konsistensi informasi antarsumber, penilaian relevansi bukti terhadap argumentasi yang dibangun, serta pembedaan antara temuan empiris dan interpretasi peneliti. Hasil analisis kemudian digunakan untuk menyusun sintesis konseptual mengenai strategi komunikasi krisis yang dapat mendukung transparansi, akuntabilitas, pemulihan kepercayaan publik, dan keberlanjutan reputasi lembaga pendidikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengelolaan isu sebagai deteksi dini. Literatur menunjukkan bahwa krisis jarang muncul tiba-tiba. Biasanya ada isu yang berkembang lebih dulu dan tidak ditangani. (Harsono et al., 2026) menyatakan bahwa pengelolaan isu berfungsi sebagai mekanisme deteksi dini untuk mengidentifikasi masalah yang berpotensi mengancam reputasi lembaga pendidikan. Pengelolaan opini publik berperan membentuk persepsi, dan komunikasi yang transparan, responsif, serta dua arah terbukti membantu lembaga mengelola dan memulihkan reputasi. Tinjauan sistematis atas komunikasi krisis di lembaga pendidikan tinggi juga membagi komunikasi krisis ke dalam tiga fase: prakrisis (penyiapan protokol komunikasi), krisis, dan pascakrisis (Kamil et al., 2025). Fase prakrisis menekankan perencanaan proaktif sebagai fondasi komunikasi yang efektif. menempatkan perencanaan sebelum krisis dan kemitraan dengan publik sebagai praktik terbaik utama.

Penanganan krisis dan pencocokan strategi. Kajian lintas negara oleh (O'Shea et al., 2022). terhadap perguruan tinggi di Kanada, Tiongkok, dan Amerika Serikat selama enam bulan awal pandemi menemukan pola strategi komunikasi yang berulang, yaitu menerima tanggung jawab, memberi penenangan emosional, dan memberi kompensasi kepada pihak terdampak. (Shi, 2021) menemukan bahwa perguruan tinggi di Amerika Serikat pada umumnya menerapkan komunikasi yang sejalan dengan kerangka praktik terbaik, dengan beberapa modifikasi. Temuan itu menegaskan perlunya mengontekstualisasikan praktik terbaik sesuai karakter organisasi dan menjadikannya kerangka berbasis nilai. Dari sisi kepemimpinan, (Pharaoh, 2024) mewawancarai manajemen eksekutif universitas teknologi di Afrika Selatan untuk mengidentifikasi kompetensi manajemen krisis yang dibutuhkan. (Freeman et al., 2021) menunjukkan bahwa selama pandemi perguruan tinggi di Australia mengoperasikan rencana manajemen darurat dan mengambil keputusan secara cepat serta terpusat. (McNamara, 2021) mengusulkan model kepemimpinan yang penuh kesadaran (mindful) agar pimpinan perguruan tinggi dapat merespons krisis secara efisien. Mengenai pilihan strategi, (Nöhammer et al., 2023) membandingkan pengaruh jenis krisis dan strategi komunikasi terhadap reputasi organisasi, dan studi meta-analisis (Ma & Zhan, 2016) menelaah bagaimana atribusi tanggung jawab dan strategi respons memengaruhi reputasi.

Peran juru bicara. Kerangka praktik terbaik memasukkan penunjukan juru bicara yang terlatih dan mampu berkomunikasi secara jujur serta terbuka sebagai salah satu unsur penting komunikasi krisis. Kajian sistematis atas praktik di lembaga pendidikan tinggi juga menekankan pembentukan tim manajemen krisis sebagai elemen penting program krisis universitas. Pemberitaan yang teratur dan pembaruan informasi yang rutin dipandang penting untuk menjaga kepercayaan (Kamil et al., 2025) . Kajian (Shi, 2021) menunjukkan pentingnya pimpinan yang terlihat dan komunikasi yang konsisten dengan nilai institusi. Temuan (Pharaoh, 2024) tentang kompetensi eksekutif memperkuat gagasan bahwa kemampuan komunikasi pimpinan termasuk kompetensi inti penanganan krisis.

Komunikasi melalui media. Pemilihan media menentukan jangkauan dan persepsi publik. (Schultz et al., 2011)menunjukkan bahwa medium yang dipakai, baik Twitter, blog, maupun media tradisional, memengaruhi reaksi publik terhadap pesan krisis yang sama. (Eriksson, 2018) menyintesis penelitian tentang komunikasi krisis di media sosial dan menegaskan bahwa media sosial mengubah dinamika penyebaran serta penerimaan pesan. Kasus Universitas Chile memperlihatkan hal itu. Unggahan di platform X memicu krisis reputasi, dan menurut penelitian tersebut komentar publik tidak secara langsung mengubah reputasi universitas, tetapi dalam beberapa kasus menurunkan kepercayaan pengguna X terhadap universitas (Amigo-López & Rojas-Gomez, 2024). Sementara itu, (Shi, 2021) dan hasil tinjauan sistematis (Kamil et al., 2025) menekankan pentingnya pembaruan informasi yang teratur melalui berbagai saluran kepada pemangku kepentingan yang beragam.

Pemulihan kepercayaan publik. (Lewicka, 2022) mengidentifikasi tahapan dan mekanisme pembangunan kepercayaan dalam hubungan mahasiswa dan universitas, penyebab pelanggaran kepercayaan, serta praktik pemulihannya, dan menemukan bahwa pemulihan di perguruan tinggi umumnya masih ad hoc dan informal. (Aziz & Kareem, 2025) , melalui survei terhadap 131 mahasiswa, menemukan bahwa komunikasi krisis berhubungan positif dan sangat signifikan dengan kepercayaan mahasiswa dan menjelaskan 60,5% varians kepercayaan. Temuan itu menegaskan bahwa strategi komunikasi yang tepat waktu, transparan, dan akomodatif berperan penting dalam memulihkan kepercayaan. menawarkan repertoar strategi pemulihan citra, dan a(O'Shea et al., 2022) menemukan bahwa penerimaan tanggung jawab dan kompensasi kepada pihak terdampak merupakan pola umum respons perguruan tinggi.

Pembahasan

Pengelolaan isu dalam lembaga pendidikan perlu ditempatkan sebagai mekanisme pencegahan krisis yang berlangsung secara berkelanjutan, bukan sekadar persiapan menghadapi persoalan yang telah berkembang. Kelemahan yang sering muncul adalah kecenderungan lembaga bersikap reaktif, yaitu baru memberikan respons setelah isu memperoleh perhatian luas dan berkembang menjadi krisis reputasi. Harsono et al. (2026) menempatkan pengelolaan isu dan opini publik sebagai bagian penting

dalam penanganan krisis reputasi, sedangkan Kamil et al. (2025) mengidentifikasi pentingnya strategi komunikasi pada fase pr krisis, saat krisis, dan pascakrisis. Kasus universitas di Chile memperlihatkan bagaimana satu unggahan di media sosial X dapat berkembang menjadi krisis reputasi yang melibatkan perhatian publik terhadap institusi pendidikan (Amigo-López & Rojas-Gomez, 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemantauan media sosial, pemberitaan, keluhan mahasiswa, dan aspirasi orang tua perlu dilembagakan sebagai sistem deteksi dini melalui identifikasi isu, verifikasi informasi, klasifikasi risiko, dan mekanisme eskalasi kepada pimpinan.

Strategi respons krisis harus mempertimbangkan penyebab peristiwa, tingkat tanggung jawab lembaga, serta dampaknya terhadap pemangku kepentingan. Situational Crisis Communication Theory (SCCT) menjelaskan bahwa atribusi tanggung jawab publik memengaruhi pemilihan strategi komunikasi dan konsekuensi reputasional organisasi. Meta-analisis Ma dan Zhan (2016) memperkuat hubungan antara tanggung jawab yang dipersepsikan publik, strategi respons, dan reputasi organisasi. Ketika krisis bersumber dari kesalahan atau kelalaian internal, respons defensif berisiko memperburuk ketidakpercayaan. Sebaliknya, pengakuan terhadap persoalan, permintaan maaf, transparansi informasi, dan tindakan korektif lebih relevan ketika lembaga memiliki tanggung jawab atas kerugian yang terjadi. Pengalaman perguruan tinggi selama pandemi menunjukkan penggunaan strategi penerimaan tanggung jawab, dukungan emosional, dan kompensasi kepada pihak terdampak (O'Shea et al., 2022). Namun, Shi (2021) menegaskan bahwa praktik komunikasi krisis perlu disesuaikan dengan karakteristik institusi. SCCT karenanya berfungsi sebagai kerangka analitis, bukan resep baku untuk seluruh situasi krisis.

Kredibilitas respons juga ditentukan oleh kapasitas kepemimpinan dan otoritas pihak yang menyampaikan informasi. Juru bicara tidak hanya berperan menyampaikan pernyataan resmi, tetapi merepresentasikan integritas, kompetensi, dan tanggung jawab lembaga di hadapan publik. Dalam institusi pendidikan, rektor, dekan, atau kepala sekolah sering diharapkan memberikan penjelasan karena memiliki kewenangan mengambil keputusan. Pharaoh (2024) menempatkan kompetensi kepemimpinan sebagai unsur penting dalam pengelolaan krisis perguruan tinggi, sementara Freeman et al. (2021) menunjukkan pentingnya pengambilan keputusan yang cepat dan terkoordinasi dalam situasi darurat pendidikan tinggi. Kredibilitas komunikasi tidak cukup dibangun melalui jabatan formal, tetapi harus didukung informasi faktual, konsistensi pesan, dan tindakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Lembaga perlu menyiapkan juru bicara melalui pelatihan, simulasi, dan koordinasi lintas unit agar tidak muncul pernyataan yang bertentangan. Meskipun demikian, literatur yang ditinjau belum memberikan bukti empiris memadai mengenai model penunjukan juru bicara yang paling efektif pada berbagai jenjang pendidikan.

Media sosial mempercepat penyebaran informasi sekaligus menyediakan ruang bagi lembaga untuk berkomunikasi langsung dengan publik. Eriksson (2018) menunjukkan bahwa komunikasi krisis melalui media sosial perlu mempertimbangkan karakteristik platform dan perilaku pengguna, sedangkan Schultz et al. (2011) memperlihatkan bahwa medium komunikasi memengaruhi persepsi dan reaksi publik terhadap pesan krisis. Kondisi ini menuntut lembaga menjaga keseimbangan antara kecepatan respons dan ketepatan informasi. Keterlambatan membuka ruang spekulasi, sedangkan pernyataan tergesa-gesa tanpa verifikasi dapat memperbesar krisis. Nöhammer et al. (2023) menekankan pentingnya pemilihan strategi dan saluran komunikasi sesuai situasi organisasi. Oleh sebab itu, lembaga perlu menyediakan satu sumber informasi resmi yang diperbarui secara berkala, kemudian mendistribusikannya melalui situs institusi, media sosial, dan saluran komunikasi langsung sesuai kebutuhan mahasiswa, orang tua, tenaga pendidik, media, serta pemerintah.

Pemulihan kepercayaan publik tidak dapat disamakan dengan penghentian pemberitaan negatif atau perbaikan citra melalui publikasi positif. Kepercayaan terbentuk kembali ketika publik melihat kesesuaian antara komitmen komunikasi dan perubahan nyata dalam penyelenggaraan lembaga. Lewicka (2022) menunjukkan bahwa pembangunan dan pemulihan kepercayaan pada perguruan tinggi berkaitan dengan pengalaman serta persepsi mahasiswa terhadap institusi. Aziz dan Kareem (2025) juga menyoroti pentingnya komunikasi yang tepat waktu, transparan, dan responsif terhadap kepercayaan mahasiswa. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas komunikasi harus disertai penyelesaian persoalan substantif, terutama ketika krisis berkaitan dengan pelayanan, kebijakan, atau perlindungan warga institusi. Permintaan maaf tanpa tindakan korektif berisiko dipersepsikan sebagai upaya mempertahankan citra, bukan bentuk pertanggungjawaban.

Pemulihan kepercayaan perlu dirancang sebagai program pascakrisis melalui evaluasi penyebab, penyelesaian kerugian, perbaikan kebijakan, dan pelaporan tindak lanjut kepada publik. Kompensasi dan dukungan kepada pihak terdampak menunjukkan bahwa pemulihan harus diwujudkan melalui tindakan nyata, bukan sekadar pernyataan simbolis (O'Shea et al., 2022). Rusdianto dan Karim (2025) menegaskan pentingnya pemulihan reputasi sebagai bagian dari rekonstruksi citra lembaga pendidikan. Keberhasilannya perlu diukur melalui perbaikan kualitas layanan, penyelesaian masalah, dan pencegahan krisis serupa, bukan hanya perubahan persepsi publik.

Secara keseluruhan, komunikasi krisis lembaga pendidikan memerlukan integrasi deteksi dini, respons berbasis tanggung jawab, kepemimpinan komunikatif, pengelolaan media, dan pemulihan kepercayaan. Efektivitas strategi tersebut bergantung pada konsistensi antara pesan, keputusan, dan tindakan institusional. Kajian ini juga mengidentifikasi keterbatasan penelitian empiris mengenai efektivitas juru bicara, indikator pemulihan kepercayaan, serta dampak jangka panjang komunikasi

krisis terhadap reputasi lembaga pendidikan. Penelitian selanjutnya perlu menguji keterkaitan transparansi, konsistensi tindakan, dan kepercayaan publik pada berbagai jenjang pendidikan.

KESIMPULAN

Kajian literatur ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi krisis di lembaga pendidikan ditentukan oleh pengelolaannya sebagai proses berkelanjutan yang mencakup tiga fase, yaitu prakrisis, krisis, dan pascakrisis. Pada fase prakrisis, pengelolaan isu dan perencanaan komunikasi berperan sebagai mekanisme deteksi dini dan pencegahan. Pada fase krisis, strategi respons harus disesuaikan dengan karakteristik krisis dan tingkat tanggung jawab kelembagaan, serta didukung tim krisis dan juru bicara yang kredibel, jujur, dan empatik. Pada fase pascakrisis, pemulihan kepercayaan membutuhkan transparansi, akuntabilitas, dan tindakan korektif yang dapat dibuktikan. Media sosial memiliki posisi strategis karena dapat mempercepat penyebaran krisis sekaligus menjadi kanal penyampaian klarifikasi dan pembaruan informasi secara konsisten.

Secara praktis, pengelola lembaga pendidikan perlu mengembangkan pedoman komunikasi krisis tertulis, membentuk tim dengan pembagian tanggung jawab yang jelas, meningkatkan kompetensi juru bicara dan pimpinan, serta menerapkan pemantauan isu secara sistematis pada berbagai kanal komunikasi. Program pemulihan kepercayaan juga perlu dirancang sebagai bagian integral dari tata kelola pascakrisis, bukan sekadar respons terhadap tekanan publik. Penelitian selanjutnya perlu menguji secara empiris efektivitas juru bicara dan strategi pemulihan kepercayaan pada lembaga pendidikan di Indonesia, termasuk pada jenjang pendidikan dasar dan menengah, untuk memperoleh pemahaman yang lebih kontekstual mengenai penerapan komunikasi krisis dalam beragam karakteristik kelembagaan.

DAFTAR PUSTAKA

Amigo-López, T., & Rojas-Gomez, D. (2024). Reputational crisis at a Chilean university, resulting from a post on social media X (Twitter) about the controversial theses in the School of Philosophy and Humanities. Frontiers in Education, 9, Article 1380764. https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1380764

Anggrain, S. P., Maharani, R. D., Nawawi, N., Ululani, F. I., Novitasari, E., & Firmansyah, A. H. (2026). Analisis fase dan strategi komunikasi krisis dalam menjaga reputasi organisasi. Jurnal Media Akademik (JMA), 4(6), 1–12. https://doi.org/10.62281/6wdwrb55

Aziz, F., & Kareem, T. (2025). Crisis communication and consumer trust in higher education: A case study of administrative response to a student conflict. Mitanni Journal for Humanities and Social Sciences, 6(2), 15-31. https://doi.org/10.25156/ptjhss.v6n2y2025.pp15-31

Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. International Journal of Strategic Communication, 12(5), 526–551. https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1510405

Freeman, B., Leihy, P., Teo, I., & Kim, D. K. (2021). Rapid, centralised decision-making in a higher education emergency. Quality Assurance in Education, 29(4), 393–407. https://doi.org/10.1108/QAE-12-2020-0154

Harsono, F. J., Hamu, F. L., & Maryati, S. (2026). Manajemen isu dan opini publik dalam menangani krisis reputasi lembaga pendidikan. Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam, 3(3), 21–31. https://doi.org/10.61132/karakter.v3i3.2411

Kamil, M. A., Anuar, N., & Khairuddin, Z. (2025). A systematic scoping review of crisis communication strategies among higher education institutions. Environment-Behaviour Proceedings Journal, 10(SI34), 11–17. https://doi.org/10.21834/e-bpj.v10iSI34.7448

Lewicka, D. (2022). Building and rebuilding trust in higher education institutions (HEIs): Student's perspective. Journal of Organizational Change Management, 35(6), 887–915. https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2022-0037

Ma, L., & Zhan, M. (2016). Effects of attributed responsibility and response strategies on organizational reputation: A meta-analysis of situational crisis communication theory research. Journal of Public Relations Research, 28(2), 102–119. https://psycnet.apa.org/doi/10.1080/1062726X.2016.1166367

McNamara, A. (2021). Crisis management in higher education in the time of COVID-19: The case of actor training. Education Sciences, 11(3), Article 132. https://doi.org/10.3390/educsci11030132

Muhamed, H., Syuhada, I. N., Noor, R., & Fatqurhohman, F. (2026). Digital Distraction in University Students: A Critical Analysis for Higher Education Instructional Design. *JINEA: Journal of Innovation in Education and Learning*, *2*(1), 41-54. https://doi.org/10.66031/jinea.v21i.162

Nöhammer, E., Schorn, R., & Becker, N. (2023). Optimizing the organizational crisis communication portfolio. Corporate Reputation Review, 26(4), 304–319. https://doi.org/10.1057/s41299-022-00156-6

O'Shea, M., Mou, L., Xu, L., & Aikins, R. (2022). Communicating COVID-19: Analyzing higher education institutional responses in Canada, China, and the USA. Higher Education Policy, 35(3), 629. https://doi.org/10.1057/s41307-022-00276-y

Pharaoh, C. (2024). Critical crisis management competencies: Perspectives from universities of technology leadership. Journal of Contingencies and Crisis Management, 32(4), Article e70003. https://doi.org/10.1111/1468-5973.70003

Rusdianto, R., & Karim, H. A. (2025). Strategi pemulihan reputasi lembaga pasca krisis untuk rekonstruksi branding lembaga pendidikan agama Islam. Edu Research, 6(4), 295–304. https://doi.org/10.47827/jer.v6i4.1593

Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via Twitter, blogs and traditional media. Public Relations Review, 37(1), 20–27. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.001

Shi, D. (2021). Evolving best practices in crisis communication: Examining US higher education's responses to the COVID-19 pandemic. Journal of International Crisis and Risk Communication Research. https://doi.org/10.30658/jicrcr.4.3.1

Windriani, W. (2026). Manajemen Krisis Reputasi Sekolah: Strategi Humas dan Kepala Sekolah dalam Menangani Isu Kekerasan di Satuan Pendidikan Dasar. *Leadersia: Journal of Educational Management*, *1*(2), 149-158. https://doi.org/10.67755/leadersia.v1i2.237