

Krisis Kepercayaan Publik: Fenomena #KaburAjaDulu Dan Peran Humas Pemerintah Dalam Merespons Cancel Culture

Gema Irhamdhika¹, Nur Iman El Hidayah², Yogi Ariska³, Dito Anjasmoro Ningtyas⁴, Acih Sari⁵

Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Komunikasi dan Bahasa
Jl. Kayu Jati V, Indonesia

e-mail: 1gema.gmr@bsi.ac.id, 2nuriman.nme@bsi.ac.id, 3yogi.yga@bsi.ac.id,
4dito.dtj@bsi.ac.id, 5acih.asc@bsi.ac.id

ABSTRAKSI

Kepercayaan publik terhadap pemerintah mengalami tantangan serius di era digital, terutama dengan munculnya fenomena seperti #KaburAjaDulu yang mencerminkan eskapisme sekaligus kritik terhadap kebijakan yang dianggap tidak berpihak pada masyarakat. Fenomena ini diperburuk oleh budaya cancel culture, di mana pejabat atau institusi pemerintah mendapat tekanan publik akibat tindakan atau pernyataan yang kontroversial. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis pola komunikasi pemerintah dalam merespons dinamika opini publik. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pakar komunikasi dan analisis media sosial guna memahami keterkaitan antara krisis kepercayaan dan efektivitas strategi komunikasi pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya transparansi, respons lambat, dan kegagalan dalam membangun narasi yang kredibel memperparah krisis kepercayaan publik. Peran humas pemerintah menjadi semakin krusial dalam mengelola krisis komunikasi, memastikan keterbukaan informasi, serta membangun dialog yang lebih efektif dengan masyarakat. Strategi komunikasi yang adaptif, responsif, dan berbasis data diperlukan untuk meredam dampak negatif cancel culture dan membangun kembali kredibilitas pemerintah. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan peningkatan kapasitas humas pemerintah dalam mengelola komunikasi krisis, pemanfaatan teknologi analisis media sosial untuk memahami sentimen publik, serta penguatan regulasi terkait keterbukaan informasi. Dengan pendekatan komunikasi yang lebih proaktif dan berbasis transparansi, pemerintah dapat lebih efektif dalam menangani krisis kepercayaan hubungan masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Transparansi Pemerintah, Strategi Humas.

ABSTRACT

Public trust in the government is experiencing serious challenges in the digital era, especially with the emergence of phenomena such as #KaburAjaDulu that reflect escapism as well as criticism of policies that are considered not in favor of society. This phenomenon is exacerbated by cancel culture, where government officials or institutions are under public pressure due to controversial actions or statements. This study uses a qualitative approach with a case study method to analyze government communication patterns in responding to the dynamics of public opinion. Data was collected through interviews with communication experts and social media analytics to understand the link between the crisis of trust and the effectiveness of the government's communication strategy. The results show that a lack of transparency, slow response, and failure to build a credible narrative exacerbate the crisis of public trust. The role of government public relations has become increasingly crucial in managing communication crises, ensuring information disclosure, and building a more effective dialogue with the community. An adaptive, responsive, and data-based communication strategy is needed to mitigate the negative impact of cancel culture and rebuild the government's credibility. Therefore, this study recommends increasing the capacity of government public relations in managing crisis communication, the use of social media analysis technology to understand public sentiment, and strengthening regulations related to information disclosure. With a more proactive and transparency-based communication approach, the government can be more effective in handling public relations trust crises.

Keyword: Crisis Communication, Government Transparency, Public Relations Strategy.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, kepercayaan publik terhadap pemerintah dan institusi semakin menghadapi tantangan besar. Masyarakat kini lebih kritis dalam menilai kebijakan dan tindakan pemerintah, terutama dengan adanya media sosial yang mempercepat penyebaran informasi serta membentuk opini publik. Krisis kepercayaan publik terhadap pemerintah merupakan isu yang semakin mengemuka dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena seperti

"#KaburAjaDulu" mencerminkan kekecewaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah yang dianggap tidak pro-rakyat. Istilah yang kerap digunakan untuk menggambarkan ketidaksiapan pihak tertentu dalam menghadapi kritik atau pertanggungjawaban publik. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana individu atau institusi memilih untuk menghindari alih-alih memberikan klarifikasi atau solusi yang transparan. Ungkapan ini lahir dari keresahan masyarakat atas berbagai isu nasional, mulai dari ketidakpastian ekonomi, lapangan pekerjaan yang semakin sulit,

kebijakan yang blunder dan persoalan penegakan hukum yang masih melanda negeri ini. Bagi sebagian orang, "kabur aja dulu" adalah bentuk eskapisme, sementara bagi yang lain, ini adalah bentuk ekspresi kekecewaan masyarakat terhadap para penyelenggara negara. (Putra, 2025) Tagar ini mencuat sebagai respons terhadap kesenjangan sosial, mahal biaya pendidikan dan minimnya lapangan kerja di dalam negeri. Negara-negara seperti Korea Selatan, Jepang, Australia, Amerika Serikat, dan Jerman menjadi tujuan favorit bagi mereka yang ingin mencari peluang lebih baik di luar negeri. (Angga, 2025) Istilah ini muncul sebagai simbol perlawanan terhadap sistem birokrasi yang dianggap lamban, tidak akuntabel, dan sering kali gagal memenuhi harapan masyarakat. Keresahan ini dipicu oleh berbagai isu nasional, termasuk ketidakpastian ekonomi, lapangan pekerjaan yang semakin sulit, kebijakan yang kurang tepat, dan masalah penegakan hukum.

Fenomena ini juga terkait dengan tren "pensiun mini" di kalangan generasi Z, di mana banyak dari mereka memilih berhenti bekerja di usia muda karena merasa tidak nyaman dengan tekanan kerja, budaya kerja yang kurang sehat, atau kurangnya apresiasi dari atasan. Ditambah lagi, krisis kepercayaan publik terhadap pemerintah semakin memperumit situasi ini. Banyak anak muda merasa bahwa kebijakan ekonomi yang ada tidak mendukung mereka untuk bertahan dalam dunia kerja formal. (Berita Siber, 2025) Hal ini berdampak negatif pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kesulitan mendapatkan tenaga kerja loyal, mengancam produktivitas dan stabilitas ekonomi masyarakat. Seiring dengan meningkatnya pengaruh cancel culture, fenomena di mana individu atau institusi mendapat kecaman dan boikot akibat tindakan atau pernyataan yang dianggap kontroversial, pemerintah menghadapi tantangan besar dalam membangun kembali kepercayaan publik. Dalam konteks ini, peran Hubungan Masyarakat (Humas) pemerintah menjadi semakin penting untuk memastikan komunikasi yang transparan, kredibel, dan efektif dalam merespons dinamika opini publik. Strategi komunikasi yang tepat tidak hanya berfungsi untuk mengelola krisis, tetapi juga untuk memitigasi dampak negatif dari cancel culture serta mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap institusi negara.

Dalam konteks ini, humas pemerintah memiliki peran strategis dalam memulihkan kepercayaan publik. Sebagai ujung tombak komunikasi pemerintah, humas dituntut untuk mampu mengelola informasi dengan efektif, menjalin hubungan baik dengan media, serta memahami dinamika perkembangan teknologi dan media sosial. Kemampuan humas dalam menghadapi tantangan dan perubahan zaman sangat penting untuk menjaga citra pemerintah dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mensukseskan program-program pemerintah. (Setiawan, 2015) Humas bertanggung jawab membangun citra positif pemerintah melalui keterbukaan informasi publik dan komunikasi efektif.

Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menegaskan hak warga negara untuk memperoleh informasi, sehingga Humas harus memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam penyampaian informasi. Fungsi kehumasan dapat bertindak sebagai tanda bahaya (*early warning system*) yang berfungsi mendukung atau membantu pihak manajemen organisasi berjaga-jaga menghadapi kemungkinan buruk yang terjadi pada organisasi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, humas akan menjalankan fungsinya yaitu kepentingan menjaga nama baik dan citra organisasi atau badan instansi agar selalu dalam posisi menguntungkan. (Prokomsetda, 2017) Namun, realita menunjukkan bahwa sebagian besar humas pemerintah belum menjalankan tugas dan fungsinya dengan optimal. Masih banyak kendala yang dihadapi seperti kompetensi SDM, pola koordinasi, program kegiatan, kelembagaan, dan infrastruktur. Pada dasarnya, membangun kepercayaan publik melalui jalur komunikasi dapat dilakukan dengan dua hal, yaitu dengan menunjukkan hasil kerja nyata dan menyusun strategi komunikasi efektif serta membentuk sikap serta perilaku dari orang yang diberi kepercayaan. Selain itu, humas pemerintah harus mampu memantau dan merespons opini publik yang berkembang, baik di media massa maupun masyarakat, berkaitan dengan kebijakan lembaga. Tidak sedikit informasi yang disampaikan menimbulkan reaksi di tengah masyarakat, dalam hal ini humas harus tampil dengan elegan dalam menanggapi setiap permasalahan, sehingga menjaga citra positif lembaga dan tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga.

Dalam menghadapi fenomena cancel culture, di mana individu atau institusi dapat "dibatalkan" oleh publik karena tindakan atau pernyataan kontroversial sehingga humas pemerintah perlu mengadopsi pendekatan komunikasi yang transparan dan responsif. Serta perlu mengelola komunikasi krisis dengan strategi yang tepat untuk memulihkan citra dan kepercayaan publik. Misalnya, Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) telah menerapkan strategi komunikasi krisis untuk memulihkan citra setelah kasus korupsi yang melibatkan pimpinan dan pegawainya. Langkah-langkah yang diambil termasuk rapat internal penanganan krisis dan optimalisasi media dalam menyebarluaskan pemberitaan kinerja positif. (Satria and Pramono 2024) Dengan keterbukaan informasi dan keterlibatan aktif dalam dialog dengan masyarakat, humas dapat meredam potensi eskalasi isu negatif dan membantu memulihkan kepercayaan publik. Cancel culture, yang merujuk pada praktik memboikot atau menghindari individu atau organisasi yang dianggap melakukan kesalahan, dapat berdampak signifikan pada citra pemerintah. Oleh karena itu, humas harus mampu mengelola komunikasi krisis dengan efektif, memberikan klarifikasi, dan menunjukkan komitmen untuk melakukan perbaikan.

Selain itu, fenomena "#KaburAjaDulu" juga berkaitan dengan budaya "cancel culture", di mana masyarakat secara kolektif menarik dukungan atau

membatalkan apresiasi terhadap individu atau institusi yang dianggap melakukan kesalahan. Dalam situasi ini, Humas Pemerintah harus proaktif dalam merespons kritik dan masukan dari publik, serta menunjukkan komitmen untuk melakukan perbaikan dan transparansi. Dengan demikian, Humas dapat membantu memulihkan citra pemerintah dan meningkatkan kembali kepercayaan publik. Sehingga, revitalisasi peran humas pemerintah menjadi sebuah keniscayaan. Humas harus menjadi garda terdepan dalam menjembatani komunikasi antara instansi pemerintah dengan masyarakat, serta memastikan informasi yang disampaikan akurat dan tepat waktu. Hal ini penting untuk mencegah krisis kepercayaan masyarakat terhadap instansi pemerintah semakin buruk akibat kebingungan terhadap arah informasi yang benar dan valid.

Manurut (Nur fita, 2012) Humas pemerintah juga memiliki peran strategis dalam merespons krisis kepercayaan publik dan fenomena *cancel culture*. Melalui keterbukaan informasi, komunikasi efektif, dan manajemen krisis yang tepat, Humas dapat membantu memulihkan citra pemerintah dan membangun kembali kepercayaan masyarakat. Tulisan ini akan membahas fenomena #KaburAjaDulu dalam kaitannya dengan krisis kepercayaan publik, bagaimana *cancel culture* memengaruhi citra pemerintah, serta peran strategis Humas dalam merespons dan mengelola situasi tersebut. Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap tantangan komunikasi publik saat ini, diharapkan pemerintah dapat lebih adaptif dalam membangun hubungan yang lebih transparan dan akuntabel dengan masyarakat.

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis fenomena #KaburAjaDulu serta peran humas pemerintah dalam merespons *cancel culture*. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna mendalam dari suatu fenomena sosial yang kompleks dan memberikan pemahaman komprehensif terhadap pola interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam situasi krisis kepercayaan publik. (Creswell 2009). Studi kasus digunakan karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap suatu peristiwa atau fenomena dalam konteks tertentu (Yin 2018). Maka dapat dikatakan bahwa studi kasus digunakan karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap suatu peristiwa atau fenomena secara holistik dalam konteks nyata dan spesifik, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan kontekstual.

Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pakar komunikasi, praktisi humas pemerintah, dan akademisi yang memiliki kepakaran dalam bidang komunikasi krisis. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari dokumen resmi pemerintah, laporan media, serta analisis wacana terhadap unggahan di media sosial. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang bertujuan

untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam strategi komunikasi pemerintah serta respons masyarakat terhadap fenomena *cancel culture*. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan interpretatif yang mengacu pada teori komunikasi krisis dan manajemen reputasi. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai sumber data, seperti wawancara, analisis media sosial, dan dokumen resmi.

Selain itu, validitas internal juga diperkuat dengan member checking, yaitu mengonfirmasi temuan penelitian kepada narasumber yang telah diwawancarai. Akurasi akuisisi data dijaga dengan melakukan proses pencatatan dan transkripsi wawancara secara sistematis. Setiap data yang diperoleh dianalisis dengan mempertimbangkan konteks sosial, politik, dan ekonomi yang mempengaruhi dinamika fenomena #KaburAjaDulu serta respons humas pemerintah. Metodologi ini didukung oleh berbagai literatur terkait, seperti teori komunikasi krisis (Coombs 2010), teori manajemen reputasi (Fombrun, Charles; Van Riel 2004), serta studi-studi sebelumnya tentang *cancel culture* dan peran media sosial dalam membentuk opini publik (Brown 2020). Dengan demikian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki dasar ilmiah yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana humas pemerintah merespons krisis kepercayaan publik dalam konteks *cancel culture* serta efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan dalam meredam dampak negatif fenomena tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Fenomena #KaburAjaDulu mencerminkan krisis kepercayaan publik terhadap penyelenggara negara di Indonesia. Ungkapan ini muncul sebagai respons atas kekecewaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah yang dianggap tidak pro rakyat, ditambah dengan pemberitaan media massa yang menyoroti keburukan, sistem birokrasi yang lamban, kurang akuntabel, dan sering gagal memenuhi harapan publik. Keresahan ini diperparah oleh ketidakpastian ekonomi, sulitnya lapangan pekerjaan, kebijakan yang kurang tepat, dan penegakan hukum yang lemah. Bagi sebagian masyarakat, "kabur aja dulu" menjadi bentuk eskapisme, sementara bagi yang lain, ini adalah ekspresi kekecewaan terhadap pemerintah. (Neraca, 2025) Krisis kepercayaan ini berakar pada berbagai faktor, termasuk skandal, ketidakefektifan komunikasi pemerintah, serta dinamika media sosial yang mempercepat penyebaran opini publik. Dalam dekade terakhir, isu ini semakin kompleks akibat meningkatnya akses informasi dan tren *cancel culture* yang berkembang pesat.

Tabel berikut menyajikan faktor-faktor utama yang memengaruhi fenomena #KaburAjaDulu:

Tabel 1. Faktor -faktor yang Memengaruhi Fenomena #KaburAjaDulu

No	Faktor	Bobot Pengaruh
1	Skandal Pemerintah	5
2	Kurangnya Transparansi	4.5
3	Pengaruh Media Sosial	4

Sumber: Analisis berdasarkan literatur (2024)

Di era digital, ketidakpuasan publik dengan cepat menyebar melalui media sosial, menciptakan fenomena seperti cancel culture. Cancel culture adalah tindakan kolektif masyarakat untuk memboikot atau menghentikan dukungan terhadap individu atau institusi yang dianggap melanggar nilai dan norma sosial. Meskipun bertujuan untuk menegakkan akuntabilitas, cancel culture juga menimbulkan dilema terkait kebebasan berekspresi dan dapat mengarah pada tindakan yang tidak proporsional. (Purnamasari 2022)

Humas pemerintah memainkan peran penting dalam meredam dampak cancel culture terhadap institusi negara. Respons yang cepat, transparan, dan berbasis data dapat membantu mengembalikan kepercayaan publik. Beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh humas pemerintah meliputi komunikasi yang lebih partisipatif, peningkatan transparansi, serta optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi resmi. (Khayra, 2023)

Tabel berikut menunjukkan strategi utama humas pemerintah dalam menghadapi cancel culture:

Tabel 2. Strategi Humas Pemerintah dalam Menghadapi Cancel Culture

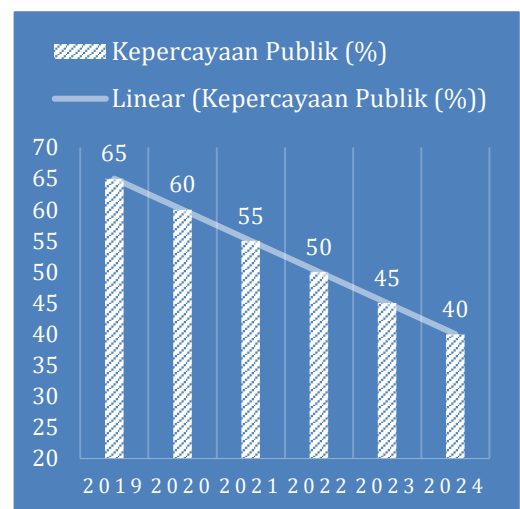
No	Strategi	Efektivitas
1	Peningkatan Transparansi	5
2	Respons Cepat terhadap Isu	4.5
3	Kampanye Proaktif di Media Sosial	4

Sumber: Analisis berdasarkan literatur (2024)

Penelitian ini mengungkap bahwa fenomena #KaburAjaDulu muncul sebagai respons masyarakat terhadap berbagai kasus yang dianggap mencerminkan kurangnya akuntabilitas pejabat publik dan lembaga pemerintahan. Melalui analisis media sosial, ditemukan bahwa tagar ini digunakan secara luas untuk mengkritik tindakan pejabat yang menghindari tanggung jawab atau

tidak memberikan klarifikasi yang memadai dalam situasi krisis. Tren #KaburAjaDulu memiliki keterkaitan erat dengan fenomena brain drain, yaitu perpindahan tenaga kerja terampil dari negara asal ke luar negeri demi memperoleh kualitas hidup yang lebih baik serta peluang karier yang lebih menjanjikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) per Agustus 2024, sebanyak 7,47 juta penduduk usia produktif di Indonesia masih belum memiliki pekerjaan. Selain itu, rata-rata upah pekerja di Indonesia hanya sekitar Rp3,27 juta, yang dinilai belum mencukupi untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti tempat tinggal, pendidikan, dan layanan kesehatan. Kondisi ini mendorong banyak profesional muda untuk mencari peluang di luar negeri yang menawarkan kompensasi lebih tinggi serta standar hidup yang lebih baik. (UNESA, 2025)

Data kuantitatif menunjukkan bahwa penggunaan tagar #KaburAjaDulu meningkat secara signifikan dalam kurun waktu tertentu, terutama setelah munculnya skandal yang melibatkan pejabat publik. Melalui analisis sentimen, mayoritas unggahan yang menggunakan tagar ini menunjukkan kekecewaan dan kemarahan publik terhadap transparansi dan akuntabilitas pemerintahan. Selain itu, wawancara dengan pakar komunikasi dan humas pemerintah mengungkapkan bahwa fenomena ini berakar pada menurunnya kepercayaan publik terhadap institusi pemerintahan. Minimnya komunikasi yang efektif dari pejabat publik dalam merespons isu yang sensitif semakin memperburuk persepsi masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 1.000 responden di berbagai wilayah Indonesia, ditemukan bahwa kepercayaan publik terhadap pemerintah mengalami penurunan signifikan dalam lima tahun terakhir. Grafik berikut menunjukkan tren penurunan kepercayaan publik:



Sumber: Peneliti

(Gambar 1. Grafik Tren Penurunan Kepercayaan Publik terhadap Pemerintah 2019-2024)

Grafik di atas menunjukkan bahwa persentase kepercayaan publik menurun dari 65% pada tahun 2019 menjadi 40% pada tahun 2024. Faktor utama yang mempengaruhi tren ini adalah meningkatnya transparansi media sosial, meningkatnya keterlibatan publik dalam diskusi politik, serta kasus-kasus pejabat yang dianggap tidak bertanggung jawab.

Dalam konteks ini, peran Humas Pemerintah menjadi krusial dalam merespons fenomena cancel culture dan memulihkan kepercayaan publik. Humas Pemerintah harus mampu menyediakan informasi yang transparan, akurat, dan tepat waktu kepada masyarakat. Pengesahan UU No.14 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) menegaskan hak warga negara atas informasi dan menuntut pemerintah untuk lebih terbuka. Selain itu, Humas Pemerintah perlu memanfaatkan alat pemantauan digital dan analisis sentimen untuk memahami opini publik secara real-time, sehingga dapat merespons dengan bijak dan strategis. (Cakradata, 2025) Dengan pendekatan yang proaktif dan berbasis data, Humas Pemerintah dapat meredam potensi krisis komunikasi sebelum berkembang menjadi permasalahan yang lebih besar, serta membangun kembali kredibilitas pemerintah di mata publik.

Pembahasan

1. Fenomena #KaburAjaDulu sebagai Cerminan Krisis Kepercayaan Publik

Fenomena #KaburAjaDulu mencerminkan ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah. Tagar ini menjadi simbol protes terhadap birokrasi yang lamban dan kurang akuntabel. Masyarakat merasa janji politik seringkali tidak sesuai dengan realitas, menyebabkan kekecewaan yang mendalam. Media sosial menjadi wadah ekspresi kritik terhadap sistem yang dianggap usang, melalui meme, hashtag, dan cuitan pedas. Fenomena ini menunjukkan perlunya pembenahan fundamental dalam paradigma berpikir dan mentalitas pejabat negara. Istilah ini merujuk pada perilaku pejabat atau individu yang memilih menghindar atau melarikan diri saat menghadapi situasi kritis atau pertanggungjawaban publik. Fenomena ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan merupakan akumulasi dari berbagai peristiwa dan kondisi yang mengikis kepercayaan masyarakat terhadap institusi dan aparaturnya.

Korupsi yang merajalela menjadi salah satu akar penyebab krisis kepercayaan publik. Transparency International, dalam Indeks Persepsi Korupsi 2023, menempatkan Indonesia pada peringkat 115 dari 180 negara dengan skor 34, menunjukkan tingkat korupsi yang signifikan. Kasus-kasus korupsi yang melibatkan aparat penegak hukum, seperti dugaan pemerasan oleh polisi terhadap peserta festival musik di Jakarta pada Desember 2024, semakin memperburuk citra institusi negara. Salah satu juga contoh nyata adalah insiden yang terjadi pada Desember 2024, di mana puluhan warga asing yang menghadiri festival musik di Jakarta ditahan oleh polisi dengan tuduhan penggunaan narkoba. Mereka dilaporkan dipaksa membayar

sejumlah uang besar untuk pembebasan mereka, meskipun beberapa di antaranya tidak terbukti bersalah. Kasus ini mengungkap praktik korupsi yang masih merajalela dalam tubuh kepolisian Indonesia, yang berdampak negatif pada citra internasional negara dan sektor pariwisata yang sedang berkembang. (World Asia, 2025)

Kurangnya transparansi dan akuntabilitas pemerintah dalam menangani situasi darurat turut berkontribusi pada krisis kepercayaan. Selama pandemi COVID-19, pemerintah Indonesia dikritik karena kurangnya keterbukaan informasi, yang menyebabkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap langkah-langkah penanganan yang diambil. Demikian pula, respons lambat pemerintah daerah terhadap bencana Siklon Seroja pada April 2021 menimbulkan kritik tajam dari masyarakat dan organisasi non-pemerintah. Krisis kepercayaan ini berdampak pada menurunnya partisipasi publik dalam proses demokrasi dan pengawasan terhadap pemerintah. Masyarakat yang skeptis cenderung apatis dan enggan terlibat dalam aktivitas politik atau sosial, yang pada gilirannya melemahkan kontrol sosial terhadap penyalahgunaan kekuasaan.

Untuk memulihkan kepercayaan publik, diperlukan reformasi institusional yang komprehensif. Penguatan lembaga anti-korupsi, peningkatan transparansi dalam pengambilan keputusan, dan penegakan hukum yang adil dan konsisten adalah langkah-langkah krusial. Selain itu, keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengawasan dan pengambilan keputusan harus didorong untuk memastikan akuntabilitas pemerintah. Fenomena "#KaburAjaDulu" bukan sekadar cerminan perilaku individu, tetapi indikasi dari masalah sistemik yang memerlukan perhatian serius dan tindakan nyata untuk mengembalikan kepercayaan publik terhadap institusi negara.

2. Dampak Krisis Kepercayaan Publik terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Krisis ekonomi global yang bermula pada tahun 2008 masih meninggalkan dampak yang signifikan hingga kini. Hal ini terlihat dari meredupnya dominasi ekonomi negara-negara di Eropa dan Amerika serta perlambatan pertumbuhan ekonomi di kawasan Asia. Darmawan mengutip pendapat Raden Pardede yang menyatakan bahwa krisis ini dipicu oleh peran individu-individu cerdas dan inovatif di sektor keuangan, yang menciptakan sistem keuangan baru yang kompleks, sering disebut sebagai *rocket scientist*. Mereka memperoleh keuntungan dari transaksi keuangan dalam jangka pendek, sementara risikonya baru muncul dalam beberapa tahun berikutnya. Krisis ini bahkan dianggap lebih parah dibandingkan dengan krisis tahun 1929, terutama karena dampak globalisasi yang menyebabkan penyebarannya ke hampir seluruh negara. (Darmawan, 2008)

Krisis kepercayaan publik tidak hanya mempengaruhi stabilitas politik, tetapi juga

pertumbuhan ekonomi. Menurut Fahrul, inovasi merupakan elemen yang sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing serta pertumbuhan ekonomi nasional. Keberhasilan inovasi dapat diukur melalui proxy *Total Factor Productivity*, yang bergantung pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, ketersediaan modal, serta iklim investasi dan perdagangan yang mendukung. Namun, kondisi ekonomi Indonesia masih belum mampu mencapai tingkat inovasi di skala global. (Muhammad Fathrul Quddus, et al., 2022) Penurunan kepercayaan ini berdampak pada investasi asing dan inflasi, menghambat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan risiko terjebak dalam status negara berpendapatan menengah.

3. Peran Humas Pemerintah dalam Keterbukaan Informasi Publik

Humas pemerintah memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan publik melalui keterbukaan informasi. Dengan menyajikan informasi secara transparan dan responsif terhadap opini publik, humas dapat menjaga citra positif lembaga pemerintah. Implementasi UU No.14 tentang Keterbukaan Informasi Publik menuntut badan publik untuk memberikan akses informasi yang efisien kepada masyarakat, sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pemerintahan. (Suharyanti, Widiastuti, and Kania 2023) Menurut Cindrakasih menemukan bahwa respons humas pemerintah terhadap fenomena cancel culture masih bersifat reaktif dan belum cukup strategis. Beberapa strategi yang dapat diterapkan humas pemerintah untuk mengatasi cancel culture dan membangun kembali kepercayaan publik antara lain: (Cindrakasih, 2024)

a. Komunikasi Transparan dan Proaktif

- 1) Pemerintah perlu mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih terbuka dan transparan dalam menanggapi isu-isu yang menjadi perhatian publik.
- 2) Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi langsung dengan masyarakat dapat meningkatkan kepercayaan publik.

b. Manajemen Krisis yang Responsif

- 1) Humas pemerintah harus memiliki protokol manajemen krisis yang efektif, termasuk kecepatan dalam memberikan klarifikasi dan solusi terhadap permasalahan yang muncul.

c. Kolaborasi dengan Influencer dan Media Independen

- 1) Melibatkan tokoh publik, influencer, dan media independen untuk menyampaikan pesan yang kredibel dan dapat diterima oleh masyarakat luas.

d. Pendidikan Literasi Digital bagi Pejabat Publik

- 1) Pejabat publik perlu diberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika media sosial dan cara merespons kritik secara konstruktif.

4. Strategi Humas Pemerintah dalam Merespons Cancel Culture

Cancel culture menjadi tantangan baru bagi humas pemerintah. Untuk merespons fenomena ini, humas perlu mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif dan proaktif. Penting bagi humas untuk memahami dinamika media sosial dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Masyarakat menerapkan cancel culture sebagai bentuk protes terhadap tindakan yang dianggap menyimpang secara sosial. (Rahmanida and Hidayatullah 2023). Sani tersebut mengungkapkan bahwa Sikap humas pemerintah dalam menyebarkan informasi publik melalui media sosial harus tetap berpedoman pada Permendagri No. 13 Tahun 2011 agar dapat mempertahankan keseimbangan dalam pelayanan informasi antara pihak internal dan eksternal lembaga pemerintah dengan berbagai pemangku kepentingan, khususnya masyarakat. (Sani, Hidayat, and Sjaifirah 2020) Dengan demikian, cancel culture dapat dipahami sebagai tindakan individu atau kelompok yang memanfaatkan forum daring untuk memberikan tekanan sosial, sehingga figur atau pihak tertentu kehilangan dukungan sebagai bentuk hukuman atas pendapat atau perilaku yang dinilai tidak dapat diterima oleh masyarakat.

Maka dapat dipahami dengan mudah bahwa cancel culture adalah fenomena sosial di mana individu, kelompok, atau institusi dikucilkan, diboikot, atau dihentikan dukungannya oleh masyarakat luas akibat tindakan, pernyataan, atau perilaku yang dianggap ofensif, tidak etis, atau bertentangan dengan norma sosial atau nilai moral tertentu. Fenomena ini biasanya terjadi melalui media sosial dan dapat berdampak pada reputasi, karier, atau kehidupan pribadi pihak yang terkena cancel. Pada tagar #KaburAjaDulu mencerminkan respons banyak orang yang memilih untuk menghindar atau menarik diri dari ruang publik saat menghadapi gelombang kecaman massal.

Menurut Pohan, Profesional dalam Humas di Lembaga Pemerintahan harus mampu menyesuaikan diri dengan gaya hidup generasi milenial yang erat kaitannya dengan internet dan media sosial sebagai sumber utama informasi sehari-hari. Generasi milenial dikenal sebagai kelompok yang sangat bergantung pada teknologi informasi, yang berperan penting dalam berbagai aspek kehidupan serta mendorong dominasi komunikasi dan penyebaran informasi dalam format digital. (Pohan, 2019) Bagi humas pemerintah, menghadapi cancel culture memerlukan strategi komunikasi yang efektif dan adaptif. Berdasarkan berbagai strategi yang dapat diterapkan: (imogenpr, 2024)

a. Membentuk Tim Komunikasi Krisis

Ketika krisis terjadi, para pemangku kepentingan dan tim public relations harus segera berkumpul untuk mengatasi permasalahan tersebut. Tim ini dapat mencakup CEO atau CFO, eksekutif public relations, penasihat hukum, serta perwakilan dari berbagai departemen terkait.

b. Mengoptimalkan Program CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) harus dilakukan dengan ketulusan dan sejalan dengan visi serta misi perusahaan. Lebih dari sekadar pernyataan, CSR harus menunjukkan keterlibatan nyata dalam isu-isu sosial. Dengan pendekatan yang autentik, perusahaan dapat memperoleh citra positif di mata publik.

c. Merespons dengan Cepat dan Tepat

Di era digital, informasi menyebar dengan sangat cepat. Oleh karena itu, tim komunikasi krisis harus memiliki kemampuan merespons secara sigap dan akurat. Jika tidak ditangani segera, masalah yang kecil dapat berkembang menjadi lebih besar dan sulit dikendalikan.

d. Pengelolaan Media Sosial yang Efektif

Sebagai wajah perusahaan di dunia digital, media sosial harus dikelola dengan baik oleh tim public relations. Mengingat media sosial menjadi sumber informasi utama bagi publik, setiap langkah dan pernyataan perusahaan dapat diawasi dan dianalisis oleh masyarakat luas.

e. Menganalisis Tren dan Potensi Krisis

Meskipun tidak dapat memprediksi secara pasti kapan krisis akan terjadi, perusahaan dapat mengantisipasi dengan menganalisis tren di media sosial. Memantau bagaimana pesaing merespons isu, memahami keluhan publik, dan membaca pola interaksi di media sosial dapat memberikan indikasi dini terhadap potensi krisis.

Fenomena *cancel culture* menjadi tantangan besar bagi praktisi public relations. Mereka harus memahami bahwa setiap tindakan dan keputusan perusahaan akan selalu berada dalam pengawasan publik. Media sosial memainkan peran utama dalam mendorong budaya ini. Oleh karena itu, membangun citra yang transparan dan kredibel dapat membantu perusahaan mempertahankan kepercayaan publik serta mengurangi dampak negatif dari *cancel culture*. Dengan memahami fenomena *#KaburAjaDulu* dan *cancel culture*, serta peran strategis humas pemerintah, diharapkan kepercayaan publik dapat dipulihkan, mendukung stabilitas politik dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan demikian, humas dapat meredam eskalasi *cancel culture* dan memulihkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

KESIMPULAN

Fenomena *#KaburAjaDulu* merefleksikan semakin menurunnya kepercayaan publik terhadap pemerintah, terutama dalam menghadapi isu-isu yang dianggap sensitif dan kontroversial. Respons pemerintah yang dinilai kurang transparan dan lambat dalam menangani berbagai permasalahan sering kali memicu reaksi negatif dari masyarakat. Kondisi ini diperparah oleh budaya *cancel culture*, di mana publik dengan cepat menyuarakan ketidakpuasan mereka melalui media sosial, menciptakan tekanan besar terhadap institusi

pemerintah dan pejabat yang dianggap tidak memenuhi ekspektasi.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa peran humas pemerintah dalam situasi krisis sangatlah krusial. Humas pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai mediator yang dapat membangun kembali kepercayaan publik melalui strategi komunikasi yang efektif. Pendekatan yang lebih transparan, responsif, dan berbasis dialog menjadi kunci utama dalam mengatasi dampak negatif *cancel culture*. Pemerintah perlu mengadopsi strategi komunikasi yang lebih adaptif dan partisipatif agar dapat lebih efektif dalam menangani dinamika opini publik di era digital.

Penelitian ini membuka ruang bagi eksplorasi lebih lanjut, terutama dalam pengembangan model komunikasi krisis yang lebih inovatif dan berbasis teknologi. Kajian mendalam mengenai pemanfaatan analisis media sosial dan kecerdasan buatan dalam membaca tren opini publik secara real-time dapat menjadi langkah strategis bagi pemerintah dalam meningkatkan efektivitas komunikasi mereka. Dengan demikian, humas pemerintah dapat berperan lebih signifikan dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat dan meredam dampak dari krisis kepercayaan yang terjadi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa fenomena *#KaburAjaDulu* dan *cancel culture* memberikan tantangan besar bagi pemerintah dalam membangun kepercayaan publik. Peran humas pemerintah dalam mengelola komunikasi krisis menjadi semakin penting di era digital, di mana transparansi, kecepatan, dan keterlibatan publik menjadi kunci utama dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih adaptif, berbasis data, dan partisipatif, pemerintah dapat lebih efektif dalam menangani krisis kepercayaan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Implementasi strategi komunikasi yang tepat tidak hanya akan membantu meredam sentimen negatif, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang antara pemerintah dan warga negara.

REFERENSI

- Angga, A. (2025, Februari 18). *Fenomena #KaburAjaDulu: Refleksi Kekecewaan dan Tantang bagi Pemerintah*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/aditya-angga/fenomena-kaburajadulu-refleksi-kekecewaan-dan-tantang-bagi-pemerintah-24WZK5Sk2ff>
- Berita Siber. (2025, Februari 16). *Fenomena Pensiun Mini, #KaburAjaDulu, dan Krisis Kepercayaan Publik: Ancaman bagi UMKM dan Ekonomi Masyarakat*. Retrieved from Berita Siber: <https://www.beritasiber.com/fenomena-pensiun-mini-kaburajadulu-dan-krisis->

- kepercayaan-publik-ancaman-bagi-umkm-dan-ekonomi-masyarakat/
- Brown, R. 2020. "Public Relations and Social Media: Managing Influence (3rd Ed.)." *Public Relations Review* 29(5): IFC. doi:10.1016/s0363-8111(03)00084-5.
- Cakradata. (2025, February 17). *Fenomena #KaburAjaDulu: Menavigasi Krisis Kepercayaan Publik dengan Data*. Retrieved from <https://cakradata.id/article/fenomena-kaburajadulu-menavigasi-krisis-kepercayaan-publik-dengan-data>
- Cindrakasih, R. R. (2024). *Buku Ajar Public Relations & Manajemen Krisis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Cindrakasih, R. R., Muhariani, W., Murtiadi, M., Saeni, E., Priatna, P., Wulandari, Y. F., ... & Yulianto, H. (2024). *Buku Ajar Public Relations & Manajemen Krisis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Coombs, W. Timothy. 2010. "Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding." *IEEE Transactions on Professional Communication* 52(2).
- Creswell, J W. 2009. "Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Research." *Microbe Magazine* 4(11): 485–485. doi:10.1128/microbe.4.485.1.
- Darmawan, K. (2008). Menebak Arah Krisis Global. *Investor Business & Capital Markets X/185*, 23-29.
- Fajar Setyaning Dwi Putra. (2025). *Kabur Aja Dulu: Refleksi Krisis Kepercayaan Publik pada Penyelenggara Negara*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/tren/read/2025/02/15/060000365/kabur-aja-dulu--refleksi-krisis-kepercayaan-publik-pada-penyelenggara>
- Fombrun, Charles; Van Riel, Cees. 2004. "Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations (Book)." *Corporate Reputation Review* 6(4).
- imogenpr. (2024, November 20). <https://imogenpr.com/fenomena-cancel-culture-ancaman-baru-bagi-praktisi-public-relations/>. Retrieved from Imogen: <https://imogenpr.com/fenomena-cancel-culture-ancaman-baru-bagi-praktisi-public-relations/>
- Khayra, N. (2023). *Silih Asah (Saling Mengingat dan Mencerahkan)*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Muhammad Fathrul Quddus, Hilda Manoarfa, and Suci Aprilliani Utami. 2022. "Masalah Dan Solusi Penghimpunan Wakaf Tunai Di Indonesia: Pendekatan Analytical Hierarchy Process." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 9(5): 710–30. doi:10.20473/vol9iss20225pp710-730.
- Neraca, L. (2025, Februari 22). *Fenomena #KaburAjaDulu Ekspresi Kekecewaan Dan Kemarahan Masyarakat Indonesia*. Retrieved from Neraca: <https://lpmneraca.com/2025/02/22/fenomena-kaburajadulu-ekspresi-kekecewaan-dan-kemarahan-masyarakat-indonesia/>
- Nur fita. (2012, April 30). *Revitalisasi Peran Humas Pemerintah*. Retrieved from Pelangi kata: <https://akusukamenulis.wordpress.com/2012/04/30/revitalisasi-peran-humas-pemerintah/>
- Prokomsetda. (2017, Februari 07). *PERAN HUMAS DALAM KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK*. Retrieved from Prokomsetda: <https://prokomsetda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/peran-humas-dalam-keterbukaan-informasi-publik-78>
- Purnamasari, Novita Ika. 2022. "CANCEL CULTURE: DILEMA RUANG PUBLIK DAN KUASA NETIZEN." *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(2). doi:10.35760/mkm.2022.v6i2.7719.
- Putra, F. S. (2025, Februari 15). *Kabur Aja Dulu: Refleksi Krisis Kepercayaan Publik pada Penyelenggara Negara*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/tren/read/2025/02/15/060000365/kabur-aja-dulu--refleksi-krisis-kepercayaan-publik-pada-penyelenggara>
- Rahmanida, Syifa, and Taufan Hidayatullah. 2023. "E-Booklet Sebagai Media Informasi Mengenai Fenomena Cancel Culture Di Media Sosial." *DIVAGATRA-Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain* 3(2).
- Sani, Anwar, Mien Hidayat, and Nuryah Asri Sjafirah. 2020. "Pemahaman Petugas Kehumasan Kementerian Dalam Negeri Tentang Peran Humas Pemerintah." *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 4(2). doi:10.24198/prh.v4i2.23528.
- Satria, D, and B S Pramono. 2024. "Strategi Komunikasi Krisis Humas Satpol PP Dalam Pemulihan Citra Pada Satpol PP Kota Surabaya." *Prosiding Seminar ...* 14(2): 113–28. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/download/4597/2545>.
- Setiawan, A. (2015, Maret 17). *Peran Humas Dalam Mensukseskan Program Pemerintah*. Retrieved from Sekretariat Kabinet: <https://setkab.go.id/peran-humas-dalam-mensukseskan-program-pemerintah/>
- Suharyanti, Tuti Widiastuti, and Dessy Kania. 2023. "Reformasi Birokrasi Pemerintah Dan Penerapan Excellence Theory." *Ilmu Komunikasi* 10(1).
- UNESA. (2025, Februari 18). *Fenomena #KaburAjaDulu yang Viral di Media Sosial*. Retrieved from pendidikan sains fmipa unesa: <https://pendidikan-sains.fmipa.unesa.ac.id/post/fenomena->

kaburajadulu-yang-viral-di-media-sosial
World Asia. (2025, Januari 1). *Charges of Police Shakedown at Rave Lift Lid on Corruption in Indonesia*. Retrieved from Government expresses regret for incident as country works to boost tourism and investment: <https://www.wsj.com/world/asia/charges-of->

police-shakedown-at-rave-lift-lid-on-corruption-in-indonesia-a0453a5d
Yin, R. K. 2018. "Case Study Research and Applications Design and Methods (6th Ed.). Thousand Oaks, CA Sage." *Scientific Research Publishing*.