

MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS INSTANSI PEMERINTAH DALAM MENGHADAPI SPEKULASI PASAR DAN FLUKTUASI EKONOMI

Usi Falira Rohaina¹, Syaiba Safira², Serlia Risky Alina³, Sultan Badaruddin⁴, Sri Hertimi⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

23021310024@radenfatah.ac.id¹, 23021310025@radenfatah.ac.id², 23021310022@radenfatah.ac.id³, 23021310023@radenfatah.ac.id⁴, srihertimi_uin@radenfatah.ac.id⁵

Abstrak

Fluktuasi ekonomi global yang dinamis sering kali diperparah oleh munculnya spekulasi pasar dan distorsi informasi di ruang publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen komunikasi krisis instansi pemerintah dalam menghadapi spekulasi pasar serta menjaga stabilitas ekonomi nasional. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan praktisi humas kementerian/lembaga sektor ekonomi, studi dokumentasi siaran pers, serta analisis jejak digital di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan penanganan krisis ekonomi bertumpu pada tiga strategi utama: penerapan sistem pemantauan media berbasis kecerdasan buatan (*AI-driven media monitoring*) sebagai instrumen deteksi dini sentimen pasar; penerapan kebijakan *single source of truth* untuk mengeliminasi ego sektoral dan ketidakselarasan informasi antar-lembaga; serta simplifikasi narasi ekonomi makro yang rumit menjadi konten visual yang membumi bagi masyarakat umum. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinkronisasi komunikasi yang taktis dan berbasis data tidak hanya mampu meredam kepanikan psikologis pasar secara instan, melainkan juga krusial dalam mempertahankan kepercayaan publik (*public trust*) serta iklim investasi yang stabil.

Kata Kunci: *Komunikasi Krisis, Spekulasi Pasar, Instansi Pemerintah, Fluktuasi Ekonomi, Kepercayaan Publik.*

Abstract

Dynamic global economic fluctuations are often exacerbated by market speculation and information distortion in the public sphere. This study aims to analyze the crisis communication management strategy of government agencies in dealing with market speculation and maintaining national economic stability. Using a descriptive qualitative method with a case study approach, data were gathered through in-depth interviews with public relations practitioners from economic ministries/institutions, documentation of press releases, and digital footprint analysis on social media. The results indicate that successful economic crisis management relies on three main strategies: implementing an AI-driven media monitoring system as an early warning instrument for market sentiment; enforcing a single source of truth policy to eliminate sectoral egos and information misalignment between agencies; and simplifying complex macroeconomic narratives into down-to-earth visual content for the general public. This study concludes that tactical, data-driven communication synchronization not only mitigates psychological market panic instantly but is also crucial in maintaining public trust and a stable investment climate.

Keywords: *Crisis Communication, Market Speculation, Government Agencies, Economic Fluctuations, Public Trust.*

A. Pendahuluan

Stabilitas ekonomi suatu negara tidak hanya dipisahkan oleh dinamika fundamental pasar seperti penawaran dan permintaan, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh persepsi, sentimen, dan ekspektasi publik. Di era digital yang bercirikan arus informasi cepat, fluktuasi ekonomi sering kali diperparah oleh spekulasi pasar yang tidak terkendali. Ketika ketidakpastian global meningkat, distorsi informasi atau rumor kecil dapat memicu kepanikan massal di kalangan pelaku ekonomi (Wardani & Sulaiman, 2021). Kondisi ini menempatkan instansi pemerintah pada posisi yang krusial untuk tidak hanya menelurkan kebijakan ekonomi yang tepat, tetapi juga mampu mengomunikasikannya secara efektif guna menjaga ketenangan publik.

Krisis komunikasi dalam konteks makroekonomi sering kali berakar dari adanya kesenjangan informasi (*information asymmetry*) antara otoritas publik dan pelaku pasar. Menurut Coombs (2014), krisis yang tidak dikelola dengan komunikasi yang responsif, jujur, dan transparan akan merusak reputasi institusi serta mengikis kepercayaan masyarakat (*public trust*). Kepercayaan ini adalah modalitas utama dalam manajemen krisis. Ketika fluktuasi ekonomi terjadi—seperti lonjakan inflasi atau depresiasi nilai tukar spekulasi yang berkembang di media massa maupun media sosial dapat dengan cepat berubah menjadi krisis legitimasi bagi pemerintah jika tidak diantisipasi sejak dini.

Perkembangan teknologi informasi turut mengubah lanskap pergerakan sentimen pasar secara radikal. Narasi spekulatif yang bermuatan pesimisme ekonomi kini dapat menyebar secara eksponensial melalui platform digital, mendahului rilis data resmi dari lembaga pemerintah (Nasrullah, 2018). Fenomena ini menciptakan tantangan baru bagi humas (*public relations*) instansi pemerintah. Kecepatan penyebaran rumor ekonomi sering kali melumpuhkan mekanisme klarifikasi tradisional, sehingga pemerintah dituntut untuk memiliki unit pemantauan media (*media monitoring*) yang bekerja secara *real-time* guna mendeteksi anomali sentimen sebelum berkembang menjadi kepanikan pasar.

Sayangnya, praktik komunikasi krisis oleh sebagian instansi pemerintah di negara berkembang sering kali masih terjebak dalam pola yang bersifat reaktif, birokratis, dan lambat (Arifin, 2020). Pola komunikasi konvensional yang kaku dan satu arah tidak lagi efektif untuk menghadapi karakter spekulasi pasar modern yang bergerak dalam hitungan detik. Ketika pemerintah terlambat memberikan respons atau memberikan pernyataan yang saling bertentangan antar-lembaga, ruang publik akan langsung dipenuhi oleh analisis liar dari pihak ketiga. Ketidakpastian informasi inilah yang menjadi katalis utama bagi para spekulan untuk mempermainkan harga instrumen ekonomi di pasar.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah pergeseran paradigma dari komunikasi konvensional menuju komunikasi krisis yang strategis dan integratif. Manajemen komunikasi krisis yang ideal harus mencakup tiga tahapan krusial: pra-krisis melalui mitigasi dan penyusunan panduan respons, tahap krisis melalui pembentukan satu pintu narasi (*single source of truth*), dan pasca-krisis melalui pemulihan reputasi serta evaluasi kebijakan (Coombs, 2014). Orkestrasi pesan yang solid antara kementerian sektor riil, bank sentral, dan otoritas jasa keuangan menjadi kunci utama agar pesan yang sampai ke telinga investor memiliki bobot kredibilitas yang tinggi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan meredam fluktuasi ekonomi sangat bergantung pada kemampuan pemerintah dalam memproduksi kontranarasi yang berbasis data valid dan mudah dipahami oleh masyarakat awam (Prastowo, 2019). Pemerintah tidak bisa lagi hanya mengandalkan istilah-istilah ekonomi makro yang rumit yang justru memicu kebingungan publik. Penerjemahan narasi kebijakan menjadi bahasa yang membumi, dikombinasikan dengan pemanfaatan infografis dan videografis di media sosial, terbukti lebih efektif dalam membangun benteng psikologis masyarakat terhadap serangan spekulasi dan berita bohong (*hoax*) ekonomi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana instansi pemerintah mengonstruksi strategi manajemen komunikasi krisisnya dalam menghadapi spekulasi pasar dan fluktuasi ekonomi. Fokus kajian akan diarahkan pada pola koordinasi antar-lembaga dalam menyelaraskan pesan ekonomi, efektivitas pemanfaatan saluran media digital, serta metode mitigasi sentimen negatif. Melalui tata kelola komunikasi krisis yang taktis dan terukur, diharapkan pemerintah tidak hanya mampu meredam gejala sesaat, melainkan juga dapat menjaga stabilitas iklim investasi demi keberlanjutan pertumbuhan ekonomi nasional.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Menurut Creswell dan Creswell (2018), pendekatan kualitatif sangat tepat digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Dalam konteks ini, peneliti ingin menggambarkan secara mendalam bagaimana realitas penanganan krisis informasi, proses produksi narasi, serta dinamika koordinasi antar-instansi pemerintah dalam meredam spekulasi pasar. Format deskriptif dipilih agar peneliti dapat menyajikan gambaran sistematis, faktual, dan akurat mengenai strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh otoritas ekonomi terkait

(Moleong, 2017).

Jenis penelitian yang diterapkan adalah studi kasus (*case study*). Fokus studi kasus dalam riset ini diarahkan pada momentum fluktuasi ekonomi tertentu yang memicu spekulasi tinggi di pasar, seperti periode penyesuaian kebijakan fiskal atau tekanan mendadak terhadap nilai tukar mata uang. Strategi studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata, termasuk proses manajerial dan organisasi birokrasi dalam merespons situasi darurat (Yin, 2018).

Subjek penelitian atau informan dipilih secara sengaja menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu agar data yang diperoleh bersifat kaya dan kredibel (Sugiyono, 2019). Informan kunci dalam penelitian ini terdiri dari pejabat humas (*public relations*) Kementerian Keuangan, juru bicara Bank Sentral, serta analis komunikasi krisis dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kriteria utama pemilihan informan ini adalah keterlibatan langsung mereka dalam perumusan strategi, pengambilan keputusan, maupun eksekusi komunikasi publik saat krisis ekonomi terjadi.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara semi-terstruktur dengan para informan kunci guna menggali aspek-aspek di balik layar yang tidak terekam oleh publik (Creswell & Creswell, 2018). Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui teknik dokumentasi yang bersumber dari siaran pers resmi, dokumen panduan manajemen krisis (*crisis manual*), transkrip konferensi pers, serta arsip pemberitaan media massa dan unggahan media sosial resmi instansi terkait selama periode krisis (Moleong, 2017).

Untuk menjamin keabsahan dan validitas data yang diperoleh, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data atau informasi yang diperoleh dari satu informan instansi dengan informan instansi lainnya untuk melihat keselarasan narasi (Sugiyono, 2019). Sedangkan triangulasi metode dijalankan dengan mengonfrontasi hasil wawancara mendalam dengan isi dokumen resmi serta rekaman jejak digital dari aktivitas komunikasi yang telah dipublikasikan di ruang publik.

Prosedur analisis data dalam penelitian ini mengikuti model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Proses analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*): Proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mentransformasikan data mentah dari catatan lapangan atau transkrip wawancara ke dalam pengelompokan tema spesifik, seperti tema 'orkestrasi pesan' atau 'deteksi dini spekulasi'.
2. Penyajian Data (*Data Display*): Menyusun informasi tereduksi ke dalam bentuk teks naratif, bagan koordinasi, atau matriks perbandingan pesan antar-lembaga agar pola hubungan strategi komunikasinya mudah dipahami.
3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*): Meninjau kembali makna-makna yang muncul dari data yang telah disajikan untuk dirumuskan menjadi kesimpulan akhir yang kokoh mengenai efektivitas manajemen komunikasi krisis pemerintah dalam menghadapi volatilitas ekonomi.

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi siaran pers, dan pemantauan media, ditemukan bahwa manajemen komunikasi krisis instansi pemerintah dalam meredam spekulasi pasar dan fluktuasi ekonomi bertumpu pada tiga poros utama: deteksi dini sentimen, sinkronisasi narasi antar-lembaga, dan taktik penetrasi media digital.

1. Deteksi Dini Melalui Sistem Pemantauan Media Berbasis AI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa instansi pemerintah sektor ekonomi tidak lagi bersikap pasif dalam menerima terpaan informasi. Krisis komunikasi ekonomi sering kali dipicu bukan oleh data fundamental, melainkan oleh distorsi informasi yang berkembang di ruang siber (Wardani & Sulaiman, 2021). Guna mengantisipasi hal ini, Kementerian Keuangan dan Bank Sentral telah mengintegrasikan sistem *media monitoring* berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) yang mampu melakukan *sentiment analysis* secara *real-time*. Sistem ini bekerja dengan memindai kata kunci krusial seperti "inflasi", "depresiasi nilai tukar", atau "kebijakan subsidi" di platform media sosial dan portal berita digital dalam hitungan detik.

Melalui alat ini, humas pemerintah dapat mengukur volatilitas indeks sentimen publik. Jika sentimen negatif atau kepanikan investor ritel melonjak melewati ambang batas toleransi, sistem akan memberikan sinyal bahaya (*early warning*). Deteksi dini ini memungkinkan pemerintah memotong birokrasi pengambilan keputusan komunikasi, sehingga klarifikasi atau kontranarasi dapat dikeluarkan sebelum spekulasi pasar merebak menjadi kepanikan massal yang berujung pada pelemahan indikator makro (Nasrullah, 2018).

2. Hambatan Birokrasi dan Strategi *Single Source of Truth*

Salah satu temuan krusial dalam penelitian ini adalah adanya ego sektoral atau ketidakselarasan pernyataan antar-pejabat pada fase awal krisis. Arifin (2020) mencatat bahwa pola komunikasi birokrasi yang kaku sering kali memperlambat respons pemerintah, sementara pasar bergerak dalam fraksi detik. Ketika fluktuasi ekonomi tajam terjadi, perbedaan statemen minor saja antar-lembaga (misalnya antara kementerian teknis dengan otoritas moneter) langsung ditangkap oleh spekulasi sebagai sinyal ketidakpastian (*market uncertainty*).

Untuk mengatasi kelemahan ini, pemerintah menerapkan strategi *Single Source of Truth* (Satu Sumber Kebenaran) melalui pembentukan komite koordinasi komunikasi khusus. Dalam struktur ini, seluruh draf pernyataan pers, rilis data, dan narasi kebijakan harus melewati pintu sinkronisasi terpusat sebelum dilempar ke media massa. Konsistensi pesan yang keluar dari satu pintu terbukti efektif memulihkan kepercayaan publik (*public trust*), karena pasar melihat adanya kesatuan sikap dan kendali penuh dari otoritas tertinggi dalam menghadapi volatilitas ekonomi (Coombs, 2014).

3. Konstruksi Pesan Komparatif dan Teknik "Membumikan" Bahasa Ekonomi

Pembahasan mengenai efektivitas pesan menunjukkan bahwa penyampaian data makro yang terlalu teoritis dan sarat jargon teknis (seperti *yield curve*, *quantitative easing*, atau *fiskal konsolidasi*) justru memicu kebingungan bagi masyarakat awam dan investor domestik skala kecil. Kebingungan psikologis publik inilah yang menjadi celah subur bagi penyebaran berita bohong (*hoax*) ekonomi (Prastowo, 2019).

Instansi pemerintah merespons tantangan ini dengan merekonstruksi gaya bahasa komunikasi mereka. Pesan krisis dikemas melalui pendekatan komparatif dan analogis, misalnya dengan menyandingkan ketahanan ekonomi domestik terhadap gejolak global menggunakan indikator historis yang positif. Selain itu, penggunaan infografis interaktif dan video pendek berdurasi di bawah 60 detik di media sosial digunakan secara masif untuk memecah data rumit menjadi poin-poin yang mudah dicerna. Menurut Coombs (2014), simplifikasi pesan tanpa mengurangi substansi kebenaran ilmiah data merupakan bentuk empati komunikator krisis yang paling efektif untuk menenangkan kepanikan psikologis massa.

D. Kesimpulan

Manajemen komunikasi krisis instansi pemerintah dalam menghadapi spekulasi pasar dan fluktuasi ekonomi terbukti berhasil jika bertumpu pada tiga pilar utama:

1. Deteksi dini (*early warning*) yang responsif melalui sistem pemantauan media berbasis AI untuk meredam sentimen negatif sebelum meluas.
2. Orkestrasi narasi satu pintu (*single source of truth*) guna mengeliminasi ego sektoral antar-lembaga yang dapat memicu ketidakpastian pasar (*market uncertainty*).
3. Simplifikasi pesan dengan mengubah jargon makroekonomi yang rumit menjadi bahasa yang membumi, komunikatif, dan berbasis data visual.

Melalui integrasi ketiga pilar tersebut, pemerintah tidak hanya mampu meredam gejala psikologis pasar secara taktis, melainkan juga efektif dalam menjaga kepercayaan publik (*public trust*) dan stabilitas iklim investasi demi keberlanjutan pertumbuhan ekonomi nasional.

Daftar Pustaka

- Arifin, A. (2020). *Komunikasi Politik di Indonesia: Teori, Realitas, dan Strategi*. Remaja Rosdakarya.
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2018). *Riset Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosio-Teknologi*. Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, Y. (2019). Komunikasi Publik Otoritas Moneter dalam Menjaga Stabilitas Nilai Tukar Rupiah. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 10(1), 45-58.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wardani, K. S., & Sulaiman, A. (2021). Manajemen Komunikasi Krisis Ekonomi di Era Disrupsi Informasi. *Jurnal Kajian Komunikasi Pemerintah*, 4(2), 115-128.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.