CITACONOMIA : Economic and Business Studies

Volume 5 No.2
ISSN: 2963-492x
The article is published with OpenAccess at:
https://ejournal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/indexdex

MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DALAM MENGHADAPI KRISIS KEBOCORAN DATA: ANALISIS KONSEPTUAL PADA PT TELKOM INDONESIA (PERSERO) TBK

Anisa Nur Faizah[1], Fara Annisa Iqtania Putri[2], Abraham Wicaksono[3], Naufal Athiya Primananda[4]
[1,2,3,4]Universitas Slamet Riyadi, Surakarta
Email: anisanur40505@gmail.com

Abstrak: *Krisis kebocoran data telah menjadi isu strategis dalam pengelolaan komunikasi organisasi di era digital, terutama bagi perusahaan yang berperan dalam infrastruktur teknologi informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen public relations dalam menghadapi krisis kebocoran data dengan mengambil konteks pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk sebagai pengelola infrastruktur digital nasional. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat konseptual dengan mengandalkan kajian literatur serta analisis kasus sekunder terkait insiden serangan siber pada Pusat Data Nasional Sementara tahun 2024. Kerangka teori yang digunakan meliputi Situational Crisis Communication Theory (SCCT), Image Restoration Theory (IRT), serta konsep Digital Public Relations dan trust. Hasil analisis menunjukkan bahwa krisis kebocoran data tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga memengaruhi persepsi publik terhadap tanggung jawab organisasi, kepercayaan, dan reputasi. Strategi komunikasi yang efektif dipahami perlu mengintegrasikan transparansi informasi, respons cepat, komunikasi empatik, serta tindakan korektif sebagai bagian dari pesan komunikasi. Selain itu, peran public relations diposisikan sebagai crisis communicator, trust builder, dan reputation manager dalam mengelola dinamika krisis di ruang digital. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam penguatan kerangka konseptual public relations berbasis digital serta menawarkan implikasi praktis bagi organisasi dalam merancang strategi komunikasi krisis yang adaptif. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena tidak berbasis data empiris, sehingga penelitian lanjutan disarankan untuk menguji model konseptual secara kuantitatif maupun kualitatif.*

Kata Kunci: *Data Breach, Crisis Communication, Public Relations Management, SCCT, Digital Trust, Reputation*

PENDAHULUAN

Fenomena meningkatnya kasus kebocoran data (data breach) di perusahaan digital global telah diidentifikasi sebagai salah satu risiko utama dalam era transformasi digital yang semakin masif. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan organisasi terhadap teknologi berbasis data, ancaman terhadap keamanan informasi juga mengalami eskalasi yang signifikan, baik dari sisi frekuensi maupun kompleksitas serangan siber. Insiden kebocoran data berskala besar telah dilaporkan terjadi di berbagai negara dan sektor industri, sehingga menimbulkan konsekuensi serius tidak hanya terhadap aspek teknis, tetapi juga terhadap kepercayaan publik dan stabilitas organisasi. Dalam konteks Indonesia, kondisi tersebut turut diperkuat oleh peristiwa serangan siber terhadap Pusat Data Nasional pada tahun 2024 yang berdampak pada puluhan instansi pemerintah serta mengganggu layanan publik secara luas

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

(Reuters, 2024). Selain itu, kebocoran data juga dinyatakan berpotensi menimbulkan pelanggaran terhadap hak privasi individu serta meningkatkan risiko penyalahgunaan informasi pribadi, termasuk penipuan dan pencurian identitas (Adristi & Ramadhani, 2024).

Ditinjau dari perspektif manajemen public relations, fenomena kebocoran data tersebut diposisikan sebagai bentuk krisis organisasi yang memiliki tingkat ketidakpastian tinggi dan berimplikasi langsung terhadap reputasi perusahaan. Krisis ini diklasifikasikan sebagai krisis yang menuntut tanggung jawab organisasi dalam menjaga keamanan data stakeholder, sehingga respons komunikasi yang dilakukan menjadi faktor krusial dalam menentukan arah persepsi publik (Coombs, 2007). Dalam konteks perusahaan digital seperti PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, risiko kebocoran data bahkan telah diantisipasi sebagai ancaman nyata, terutama dengan meningkatnya penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan yang berpotensi menyimpan dan menyebarkan data pengguna secara tidak terkendali (Antara, 2026). Dengan demikian, peran public relations tidak hanya diposisikan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola komunikasi strategis yang bertanggung jawab dalam membangun kembali kepercayaan publik melalui transparansi, akuntabilitas, dan respons yang tepat terhadap krisis (Grunig & Hunt, 2018; Heath, 2020).

Sejalan dengan perkembangan tersebut, konteks krisis kebocoran data pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk telah menjadi perhatian publik seiring dengan meningkatnya insiden keamanan siber pada sektor telekomunikasi di Indonesia. Dugaan kebocoran data pelanggan serta meningkatnya ancaman peretasan terhadap infrastruktur digital perusahaan telah memicu kekhawatiran masyarakat terhadap perlindungan data pribadi. Selain itu, keterlibatan infrastruktur Telkom dalam serangan terhadap Pusat Data Nasional turut memperkuat persepsi publik mengenai pentingnya pengelolaan keamanan informasi secara komprehensif (Fitria,2025). Oleh karena itu, isu kebocoran data tidak hanya dipandang sebagai gangguan teknis, tetapi juga sebagai persoalan strategis yang berkaitan dengan kepercayaan publik dan legitimasi organisasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran krisis dari aspek teknis menuju krisis reputasi dan komunikasi dalam organisasi digital. Insiden kebocoran data yang pada awalnya dikategorikan sebagai gangguan sistem internal kini dipersepsikan sebagai kegagalan organisasi dalam melindungi informasi publik, sehingga memicu reaksi luas dari stakeholder dan media. Kondisi ini diperkuat oleh meningkatnya eksposur informasi di ruang digital yang mempercepat penyebaran isu serta memperbesar dampak reputasional organisasi. Dalam kajian akademik, pergeseran ini dijelaskan sebagai perubahan paradigma krisis yang

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

menempatkan persepsi publik sebagai faktor utama dalam menentukan dampak jangka panjang terhadap organisasi (Gracy, 2025).

Implikasi dari kebocoran data terhadap kepercayaan publik dan reputasi perusahaan telah diidentifikasi sebagai konsekuensi utama dalam berbagai insiden keamanan siber di era digital. Ketika pelanggaran data terjadi, tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan organisasi dalam melindungi informasi pribadi cenderung mengalami penurunan, yang berdampak pada loyalitas serta hubungan jangka panjang dengan stakeholder. Selain itu, dampak reputasional juga tercermin melalui meningkatnya publikasi negatif dan potensi kehilangan pelanggan (Hiscox, 2024; Vercara, 2024). Dalam perspektif akademik, kondisi tersebut dipahami sebagai bentuk kerusakan reputasi yang timbul akibat persepsi negatif terhadap kegagalan organisasi dalam menjaga keamanan data (Wojak et al., 2025).

Dalam menghadapi kondisi tersebut, peran strategis public relations menjadi semakin penting dalam pengelolaan krisis digital. Public relations diposisikan sebagai fungsi manajerial yang tidak hanya bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dalam mengelola persepsi publik, mengendalikan narasi krisis, serta memulihkan reputasi organisasi melalui komunikasi yang transparan dan responsive (Ambarwati, 2024). Selain itu, dalam kasus krisis kebocoran data pada sektor publik di Indonesia, peran public relations telah diidentifikasi sebagai aktor utama dalam merancang dan mengimplementasikan komunikasi krisis berbasis *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT), yang menekankan pentingnya atribusi tanggung jawab, empati, serta komitmen perbaikan dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat (Kementerian Komunikasi dan Digital, 2025). Dengan demikian, public relations dituntut untuk mampu mengintegrasikan komunikasi, teknologi, dan manajemen reputasi dalam menghadapi dinamika krisis digital (Grunig & Hunt, 2018; Heath, 2020).

Namun demikian, kajian konseptual mengenai peran public relations dalam konteks krisis kebocoran data di Indonesia masih terbatas. Penelitian yang ada cenderung lebih berfokus pada aspek teknis dan hukum terkait keamanan data, sementara pendekatan komunikasi strategis dalam mengelola krisis reputasi belum banyak dikembangkan secara komprehensif (Utami et al., 2025; Ukas, 2025). Selain itu, studi mengenai public relations di era digital masih didominasi oleh pendekatan deskriptif dan studi kasus, sehingga belum menghasilkan model konseptual yang mampu menjelaskan dinamika krisis kebocoran data secara sistematis (Timothy et al., 2024). Dalam konteks tersebut, upaya pemulihan reputasi organisasi juga dapat dipahami melalui pendekatan komunikasi yang menekankan strategi

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

perbaikan citra (*image restoration*), yang mencakup penyampaian permintaan maaf, transparansi, serta tindakan korektif sebagai bentuk tanggung jawab organisasi terhadap publik. Selain itu, dalam era digital, pengelolaan komunikasi krisis juga tidak dapat dipisahkan dari peran media sosial sebagai saluran utama dalam membentuk persepsi publik serta membangun kepercayaan (*trust*) terhadap organisasi. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengembangkan model konseptual public relations dalam mengelola krisis kebocoran data, dengan mengintegrasikan teori komunikasi krisis dan manajemen reputasi guna memberikan kontribusi teoritis serta pedoman praktis bagi organisasi dalam menghadapi tantangan reputasi di era digital.

LITERATURE REVIEW

Public Relations

Public relations dipahami sebagai fungsi manajemen strategis yang berperan dalam membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Dalam perspektif ini, public relations tidak hanya dijalankan sebagai aktivitas komunikasi semata, tetapi telah diposisikan sebagai bagian integral dari proses pengambilan keputusan organisasi yang berkaitan dengan reputasi, legitimasi, dan keberlanjutan hubungan stakeholder. Peran strategis tersebut telah ditekankan dalam berbagai kajian, di mana public relations diidentifikasi sebagai mekanisme yang memungkinkan organisasi untuk mengelola isu, mengantisipasi krisis, serta merancang respons komunikasi yang efektif dalam situasi ketidakpastian (Albert, 2024). Selain itu, dalam konteks komunikasi krisis, public relations diposisikan sebagai lini pertahanan utama yang bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi secara cepat, akurat, dan transparan guna menjaga kepercayaan publik serta meminimalkan dampak reputasional (Coombs, 2007). Dengan demikian, public relations dipahami sebagai fungsi manajerial yang strategis karena memiliki keterkaitan langsung dengan pengelolaan persepsi publik dan keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang (Grunig & Hunt, 2018; Heath, 2020).

Dalam konteks komunikasi organisasi, peran public relations telah mengalami transformasi signifikan seiring dengan perkembangan teknologi digital dan meningkatnya kompleksitas lingkungan komunikasi. Public relations tidak lagi berfungsi sebagai penyampai informasi satu arah, tetapi telah berkembang menjadi pengelola komunikasi dua arah yang interaktif, adaptif, dan berbasis data dalam merespons dinamika opini publik. Hal ini ditunjukkan dalam studi terbaru yang menyatakan bahwa public relations berperan sebagai

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

mediator strategis antara organisasi dan stakeholder, sekaligus sebagai pengendali narasi dalam situasi krisis, khususnya di era media sosial yang ditandai dengan kecepatan penyebaran informasi yang tinggi (Munif, 2026). Selain itu, efektivitas komunikasi organisasi dalam situasi krisis juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan public relations dalam memanfaatkan media digital untuk membangun hubungan, mengelola interaksi, serta merancang strategi komunikasi yang responsif dan berorientasi pada pemulihan kepercayaan (Babatunde, 2022). Oleh karena itu, public relations dipandang sebagai fungsi komunikasi strategis yang memiliki peran sentral dalam mengintegrasikan kepentingan organisasi dengan ekspektasi publik, terutama dalam menghadapi tantangan krisis di era digital.

Crisis Communication

Krisis organisasi didefinisikan sebagai suatu peristiwa yang tidak terduga yang berpotensi mengancam ekspektasi penting stakeholder serta dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kinerja dan reputasi organisasi. Dalam perspektif komunikasi krisis, krisis tidak hanya dipahami sebagai gangguan operasional, tetapi juga sebagai konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh persepsi publik terhadap tingkat ancaman dan tanggung jawab organisasi. Oleh karena itu, krisis dikategorikan sebagai situasi yang memerlukan respons komunikasi strategis untuk mengendalikan dampak negatif yang mungkin timbul (Coombs, 2007; Marsen, 2020). Dalam literatur, klasifikasi krisis telah dikembangkan melalui *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang membagi krisis ke dalam tiga jenis utama, yaitu *victim crisis*, *accidental crisis*, dan *preventable crisis*, yang didasarkan pada tingkat atribusi tanggung jawab yang diberikan kepada organisasi oleh publik (Claeys, 2010). Pada kategori *victim crisis*, organisasi dipersepsikan sebagai pihak yang juga menjadi korban sehingga tingkat tanggung jawab relatif rendah, sedangkan pada *accidental crisis* organisasi dianggap memiliki tanggung jawab terbatas karena peristiwa terjadi secara tidak disengaja. Sementara itu, pada *preventable crisis*, organisasi dipandang memiliki tanggung jawab tinggi karena krisis terjadi akibat kelalaian atau kesalahan yang sebenarnya dapat dihindari, sehingga dampak reputasional yang ditimbulkan cenderung lebih besar (Coombs & Tachkova, 2023).

Dalam konteks perkembangan teknologi digital, kebocoran data diposisikan sebagai salah satu bentuk krisis organisasi yang memiliki karakteristik kompleks dan seringkali dikaitkan dengan kategori *preventable crisis*. Hal ini disebabkan oleh adanya persepsi bahwa kebocoran data umumnya terjadi akibat kelemahan sistem keamanan, kelalaian dalam pengelolaan data, atau kegagalan organisasi dalam menerapkan perlindungan informasi secara memadai. Studi terbaru menunjukkan bahwa insiden kebocoran data tidak hanya dipandang sebagai kejahatan siber semata, tetapi juga sebagai krisis organisasi yang menuntut respons

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

komunikasi yang cepat, transparan, dan bertanggung jawab untuk meminimalkan dampak reputasi (Ruohonen et al., 2024). Selain itu, dalam kerangka SCCT, kebocoran data cenderung menghasilkan tingkat atribusi tanggung jawab yang tinggi dari publik, sehingga strategi komunikasi yang digunakan harus disesuaikan dengan tingkat krisis untuk mengurangi kerusakan reputasi dan memulihkan kepercayaan stakeholder (Kim, 2019). Dengan demikian, posisi kebocoran data dalam klasifikasi krisis menegaskan bahwa fenomena tersebut tidak hanya merupakan isu teknis, tetapi juga merupakan krisis komunikasi yang membutuhkan pengelolaan strategis oleh organisasi.

Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) telah dikembangkan sebagai kerangka konseptual untuk menjelaskan bagaimana organisasi merespons krisis berdasarkan tingkat tanggung jawab yang diatribusikan oleh publik terhadap penyebab krisis. Dalam teori ini, konsep *attribution of responsibility* dipahami sebagai proses evaluasi yang dilakukan oleh stakeholder untuk menentukan apakah krisis disebabkan oleh faktor internal organisasi atau eksternal, yang kemudian memengaruhi tingkat ancaman terhadap reputasi (Coombs, 2007). Semakin tinggi atribusi tanggung jawab yang diberikan kepada organisasi, maka semakin besar pula potensi kerusakan reputasi yang akan ditimbulkan. Oleh karena itu, *crisis response strategy* diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama, yaitu *deny*, *diminish*, *rebuild*, dan *bolstering*. Strategi *deny* digunakan dengan cara menyangkal keterlibatan organisasi atau menyalahkan pihak lain sedangkan strategi *diminish* diarahkan untuk mengurangi persepsi publik terhadap tingkat kesalahan organisasi. Selanjutnya, strategi *rebuild* dilakukan melalui permintaan maaf dan pemberian kompensasi sebagai bentuk tanggung jawab, sementara strategi *bolstering* digunakan untuk memperkuat citra positif organisasi dengan mengingatkan publik pada kinerja baik sebelumnya (Coombs, 2007; Hidayati & Purworini, 2025). Pendekatan ini menunjukkan bahwa efektivitas respons krisis sangat bergantung pada kesesuaian antara jenis krisis dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh organisasi.

Dalam kaitannya dengan reputasi, SCCT menjelaskan bahwa pemilihan strategi komunikasi krisis yang tepat akan berkontribusi signifikan terhadap pemulihan kepercayaan publik serta stabilitas organisasi pascakrisis. Hal ini diperkuat oleh berbagai kasus kebocoran data yang terjadi secara aktual, di mana kegagalan dalam merespons krisis secara cepat dan akurat telah menyebabkan penurunan kepercayaan publik serta meningkatkan persepsi negatif terhadap organisasi. Sebagai contoh, kasus kebocoran data di Indonesia yang melibatkan jutaan data wajib pajak pada tahun 2024 telah memicu kekhawatiran luas terkait lemahnya

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

perlindungan data dan potensi penyalahgunaan informasi pribadi (Reuters, 2024). Selain itu, penelitian empiris menunjukkan bahwa krisis kebocoran data cenderung dikategorikan sebagai krisis yang dapat dicegah (*preventable crisis*), sehingga menuntut penggunaan strategi *rebuild* yang menekankan tanggung jawab, transparansi, dan perbaikan sistem untuk memulihkan reputasi organisasi (Permatasari, 2025; Bua & Idris, 2025). Dengan demikian, SCCT dapat dipahami sebagai pendekatan teoritis yang komprehensif dalam menjelaskan hubungan antara atribusi tanggung jawab, strategi respons krisis, dan dinamika reputasi organisasi, sehingga relevan digunakan dalam menganalisis manajemen public relations dalam menghadapi krisis kebocoran data di era digital (Coombs, 2007; Coombs, 2018).

Data Breach

Kebocoran data (*data breach*) dipahami sebagai peristiwa di mana informasi sensitif diakses, diungkapkan, atau diperoleh tanpa otorisasi oleh pihak yang tidak berwenang, baik secara sengaja maupun tidak sengaja (Rodrigues et al., 2024). Dalam konteks organisasi modern, fenomena ini telah diposisikan sebagai konsekuensi dari meningkatnya ketergantungan terhadap sistem digital dan pengelolaan data berbasis teknologi. Penyebab kebocoran data dapat diklasifikasikan ke dalam faktor teknis dan non-teknis, di mana serangan siber seperti *hacking*, *phishing*, dan eksploitasi kerentanan sistem telah diidentifikasi sebagai penyebab utama, sementara faktor manusia seperti kelalaian internal dan kesalahan operasional juga berkontribusi signifikan terhadap terjadinya insiden tersebut (Hamid & Huda, 2024; Hydari et al., 2024). Selain itu, keterlibatan pihak ketiga dalam pengelolaan data turut meningkatkan kompleksitas risiko kebocoran informasi. Dalam praktiknya, kebocoran data tidak hanya melibatkan informasi pribadi pelanggan, tetapi juga mencakup data strategis organisasi seperti informasi keuangan, rahasia dagang, dan data operasional lainnya, sehingga menjadikan isu ini sebagai ancaman multidimensional bagi organisasi di era digital (Patil et al., 2023).

Dampak kebocoran data telah diidentifikasi sebagai signifikan, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun reputasi organisasi. Kerugian finansial yang besar, penurunan nilai perusahaan, serta meningkatnya biaya pemulihan sistem sering kali dialami oleh organisasi yang terdampak, sementara dari sisi publik, kepercayaan terhadap organisasi cenderung mengalami penurunan akibat persepsi kegagalan dalam melindungi data pribadi (Liu et al., 2024). Selain itu, kebocoran data juga berpotensi memicu penyalahgunaan informasi, seperti pencurian identitas dan penipuan, yang berdampak langsung pada individu pengguna (Rodrigues et al., 2024). Fenomena ini diperkuat oleh kasus aktual seperti insiden kebocoran data besar pada tahun 2024 yang melibatkan lebih dari 160 organisasi global melalui serangan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

terhadap platform cloud Snowflake, yang menyebabkan eksposur data sensitif dalam skala masif dan menimbulkan kekhawatiran luas terkait keamanan data digital. Dalam perspektif public relations, kebocoran data diposisikan sebagai krisis organisasi karena telah menimbulkan ketidakpastian tinggi, perhatian media yang luas, serta ancaman langsung terhadap reputasi dan legitimasi perusahaan. Oleh karena itu, kebocoran data tidak hanya dipahami sebagai permasalahan teknis, tetapi juga sebagai krisis komunikasi strategis yang menuntut respons cepat, transparan, dan akuntabel untuk meminimalkan dampak reputasional (Coombs, 2007; Cross, 2025).

Image Restoration Theory

Image Restoration Theory (IRT) telah dikembangkan oleh William L. Benoit sebagai kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana individu atau organisasi merespons tuduhan atau krisis yang mengancam reputasi melalui strategi komunikasi tertentu. Dalam perspektif ini, citra organisasi dipahami sebagai aset yang harus dilindungi karena berpengaruh langsung terhadap kepercayaan publik dan legitimasi sosial. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa serangan terhadap reputasi akan terjadi ketika suatu tindakan dianggap ofensif dan organisasi dipersepsikan bertanggung jawab atas tindakan tersebut, sehingga respons komunikasi menjadi kebutuhan strategis untuk memulihkan citra (Benoit, 2014; Setyaningrum, 2025). Berbagai strategi pemulihan citra telah diidentifikasi, di antaranya *apology*, *corrective action*, dan *transparency*. Strategi *apology* dilakukan dengan cara mengakui kesalahan dan menyampaikan permintaan maaf sebagai bentuk tanggung jawab moral, sedangkan *corrective action* diarahkan pada upaya perbaikan sistem dan pencegahan agar krisis tidak terulang kembali. Sementara itu, *transparency* diwujudkan melalui penyampaian informasi secara terbuka dan jujur kepada publik guna mengurangi ketidakpastian dan membangun kembali kepercayaan (Crowley, 2024; Rashid et al., 2025). Dengan demikian, strategi-strategi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai respons defensif, tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk persepsi positif publik terhadap organisasi pascakrisis.

Dalam konteks krisis kontemporer, penerapan Image Restoration Theory telah banyak diobservasi pada kasus kebocoran data dan skandal organisasi yang mendapatkan perhatian luas di media. Sebagai contoh, berbagai perusahaan teknologi global yang mengalami kebocoran data pada tahun 2024 dilaporkan menggunakan strategi permintaan maaf publik, peningkatan sistem keamanan, serta transparansi dalam menginformasikan dampak insiden kepada pengguna untuk meminimalkan kerusakan reputasi. Praktik tersebut menunjukkan

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

bahwa kegagalan dalam menyampaikan permintaan maaf yang kredibel atau tindakan korektif yang jelas dapat memperburuk persepsi publik dan memperpanjang krisis reputasi (Reuters, 2024). Dalam kajian empiris terbaru, strategi *apology* dan *corrective action* telah ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap pemulihan kepercayaan stakeholder, terutama ketika dikombinasikan dengan komunikasi yang transparan dan konsisten (Heppell, 2021; Setyaningrum, 2025). Oleh karena itu, Image Restoration Theory dapat diposisikan sebagai pendekatan penting dalam komunikasi krisis, khususnya dalam menjelaskan bagaimana pesan-pesan strategis dirancang untuk mengelola persepsi publik, memulihkan reputasi organisasi, serta memperkuat kembali hubungan dengan stakeholder di era digital yang sangat sensitif terhadap isu kepercayaan (Benoit, 2014).

Digital Public Relations dan *Trust*

Dalam era digital, praktik *public relations* telah mengalami transformasi signifikan melalui pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama dalam komunikasi krisis. Media sosial telah digunakan secara luas untuk menyampaikan informasi secara real-time, membangun interaksi dua arah dengan publik, serta mengelola persepsi selama krisis berlangsung. Dalam konteks ini, peran media sosial tidak hanya diposisikan sebagai alat distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan opini publik yang dinamis dan cepat berubah. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk meningkatkan *shared situational awareness*, namun juga berpotensi menyebarkan misinformasi yang dapat memperburuk krisis apabila tidak dikelola secara tepat (Shahbazi & Bunker, 2024). Oleh karena itu, strategi komunikasi digital yang efektif dituntut untuk mampu mengendalikan arus informasi, merespons isu secara cepat, serta menjaga konsistensi pesan agar kepercayaan publik tidak mengalami penurunan. Dalam kasus kebocoran data Pusat Data Nasional Indonesia tahun 2024, respons komunikasi pemerintah yang dinilai kurang transparan di media digital telah memicu kritik publik dan memperbesar ketidakpercayaan terhadap institusi (Faizal, 2025; Bua & Idris, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi publik terhadap organisasi selama krisis digital.

Hubungan antara *trust* dan reputasi organisasi telah dipahami sebagai hubungan yang saling memengaruhi secara langsung dalam konteks komunikasi krisis digital. Kepercayaan publik dianggap sebagai fondasi utama dalam mempertahankan reputasi organisasi, sehingga ketika kepercayaan mengalami penurunan akibat krisis, reputasi organisasi juga cenderung mengalami degradasi yang signifikan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa transparansi dalam komunikasi digital memiliki pengaruh penting dalam membangun kembali

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

kepercayaan publik, meskipun kepercayaan tersebut tidak selalu secara langsung meningkatkan keterlibatan publik tanpa didukung oleh strategi komunikasi yang tepat (Kumalasari et al., 2024). Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam praktik public relations, seperti pemantauan media dan analisis sentimen, telah terbukti mampu meningkatkan efektivitas komunikasi krisis serta memperkuat hubungan kepercayaan antara organisasi dan publik (Farhi et al., 2024). Dalam konteks kebocoran data, kepercayaan publik sering kali dipengaruhi oleh bagaimana organisasi menyampaikan informasi, mengambil tanggung jawab, serta menunjukkan komitmen terhadap perlindungan data di masa depan (Nikkhah & Grover, 2025). Dengan demikian, digital public relations dan trust dapat diposisikan sebagai elemen kunci dalam pengelolaan krisis modern, di mana keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kecepatan respons, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

Conceptual Framework

Karakteristik Krisis Data Breach

Krisis kebocoran data (*data breach*) dipahami sebagai bentuk krisis digital yang ditandai oleh tingginya ancaman terhadap privasi pengguna, meningkatnya sensitivitas publik, serta tekanan kuat dari media digital dalam membentuk persepsi krisis. Ancaman terhadap privasi telah diposisikan sebagai isu utama karena data yang terekspos umumnya mencakup informasi personal yang bernilai tinggi dan rentan disalahgunakan, sehingga pelanggaran tersebut tidak hanya dipersepsikan sebagai kegagalan teknis, tetapi juga sebagai pelanggaran terhadap hak individu (Rodrigues et al., 2024). Sensitivitas publik terhadap kebocoran data juga telah mengalami peningkatan signifikan seiring dengan berkembangnya kesadaran masyarakat terhadap keamanan informasi, sehingga setiap insiden cenderung memicu respons emosional dan kekhawatiran yang luas. Selain itu, tekanan media digital telah diidentifikasi sebagai faktor yang mempercepat eskalasi krisis, di mana penyebaran informasi secara real-time melalui media sosial dapat memperluas jangkauan isu serta meningkatkan intensitas perhatian publik terhadap organisasi yang terdampak (Shahbazi & Bunker, 2024). Dengan demikian, karakteristik krisis kebocoran data tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh dinamika komunikasi digital yang berkontribusi terhadap pembentukan persepsi publik dan dampak reputasional organisasi secara signifikan.

Peran Public Relations dalam Krisis Data Breach

Dalam konteks krisis kebocoran data, public relations diposisikan sebagai fungsi

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

strategis yang menjalankan peran sebagai *crisis communicator*, *trust builder*, dan *reputation manager* secara simultan. Sebagai *crisis communicator*, penyampaian informasi yang akurat, konsisten, dan tepat waktu kepada publik diharapkan dapat dilakukan guna mengurangi ketidakpastian serta mengendalikan narasi krisis yang berkembang di ruang digital. Selain itu, peran sebagai *trust builder* diwujudkan melalui komunikasi yang transparan dan empatik, sehingga kepercayaan publik yang terdampak akibat krisis dapat dipulihkan secara bertahap. Sementara itu, fungsi sebagai *reputation manager* dijalankan dengan mengelola persepsi publik melalui strategi komunikasi yang terintegrasi guna meminimalkan kerusakan citra organisasi. Relevansi peran tersebut telah diperkuat oleh berbagai studi yang menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi krisis berbasis transparansi dan akuntabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pemulihan kepercayaan publik pascakrisis (Kumalasari et al., 2024; Nikkhah & Grover, 2025). Selain itu, dalam kasus kebocoran data yang terjadi di Indonesia pada tahun 2024, respons komunikasi yang dinilai kurang terbuka telah memicu kritik publik dan memperburuk persepsi terhadap institusi yang terdampak, sehingga menegaskan pentingnya peran strategis public relations dalam mengelola krisis digital (Bua & Idris, 2024). Dengan demikian, peran public relations tidak hanya dipahami sebagai fungsi komunikasi, tetapi juga sebagai elemen kunci dalam menjaga stabilitas kepercayaan dan reputasi organisasi di tengah dinamika krisis kebocoran data.

Strategi Public Relations dalam Krisis Data Breach

Dalam menghadapi krisis kebocoran data, strategi public relations telah difokuskan pada pendekatan komunikasi yang menekankan transparansi informasi, kecepatan respons, komunikasi empatik, serta penyampaian tindakan perbaikan sistem sebagai bagian dari pesan strategis organisasi. Transparansi informasi dipandang sebagai elemen kunci yang digunakan untuk mengurangi ketidakpastian publik dan menunjukkan akuntabilitas organisasi terhadap insiden yang terjadi, sementara respons cepat diperlukan untuk mengendalikan arus informasi serta mencegah berkembangnya spekulasi negatif di media digital. Selain itu, komunikasi empatik telah digunakan untuk menunjukkan kepedulian organisasi terhadap dampak yang dialami oleh pengguna, sehingga hubungan emosional dengan publik dapat dipertahankan. Di sisi lain, penyampaian tindakan perbaikan sistem sebagai bagian dari komunikasi krisis telah diposisikan sebagai bukti konkret bahwa organisasi telah melakukan evaluasi dan mitigasi risiko untuk mencegah terulangnya insiden serupa di masa depan. Relevansi strategi tersebut telah diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa transparansi dan respons cepat

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

memiliki pengaruh signifikan terhadap pemulihan kepercayaan publik dalam konteks krisis digital (Kumalasari et al., 2024; Nikkhah & Grover, 2025). Selain itu, dalam kasus kebocoran data yang terjadi di Indonesia pada tahun 2024, keterlambatan penyampaian informasi serta kurangnya kejelasan tindakan korektif telah memicu kritik publik dan memperburuk persepsi terhadap institusi yang terdampak (Bua & Idris, 2024). Dengan demikian, strategi public relations tidak hanya dipahami sebagai respons komunikasi jangka pendek, tetapi juga sebagai mekanisme strategis dalam membangun kembali kepercayaan dan memulihkan reputasi organisasi secara berkelanjutan.

Model Konseptual

Model konseptual dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara krisis kebocoran data, respons public relations, kepercayaan publik, dan pemulihan reputasi organisasi dalam suatu kerangka yang terintegrasi. Krisis kebocoran data diposisikan sebagai variabel awal yang memicu terjadinya gangguan terhadap persepsi keamanan serta kepercayaan publik terhadap organisasi. Dalam kondisi tersebut, respons public relations dipahami sebagai faktor mediasi yang berperan dalam mengelola narasi krisis melalui strategi komunikasi yang berbasis transparansi, kecepatan, dan akuntabilitas. Respons yang efektif diharapkan dapat memengaruhi bagaimana krisis diinterpretasikan oleh stakeholder, sehingga dampak negatif terhadap organisasi dapat diminimalkan. Penelitian empiris menunjukkan bahwa kualitas respons komunikasi organisasi terhadap insiden kebocoran data memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi publik serta tingkat kepercayaan yang diberikan kepada organisasi (Nikkhah & Grover, 2025; Chen et al., 2024).

Selanjutnya, kepercayaan publik diposisikan sebagai faktor kunci yang menentukan keberhasilan pemulihan reputasi organisasi pascakrisis. Penurunan kepercayaan yang disebabkan oleh kebocoran data telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor utama yang memperburuk citra organisasi, sehingga upaya pemulihan reputasi sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam membangun kembali kepercayaan tersebut melalui komunikasi yang konsisten dan kredibel. Hubungan antara kepercayaan dan reputasi juga telah dipahami sebagai hubungan yang saling memengaruhi, di mana peningkatan kepercayaan akan berkontribusi terhadap perbaikan persepsi reputasi secara bertahap (Martin et al., 2024). Dengan demikian, model konseptual ini menegaskan bahwa keberhasilan pemulihan reputasi organisasi sangat ditentukan oleh efektivitas respons public relations dalam mengelola krisis kebocoran data serta membangun kembali kepercayaan publik dalam lingkungan digital yang dinamis.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

DISCUSSION

Analisis Kasus PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk

Krisis yang melibatkan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dalam insiden serangan ransomware pada Pusat Data Nasional Sementara (PDNS) tahun 2024 dapat dikategorikan sebagai krisis teknologi dan keamanan informasi dengan tingkat eksposur publik yang tinggi. Dalam kasus ini, Telkom diposisikan sebagai bagian dari pengelola infrastruktur pusat data nasional yang terdampak secara langsung oleh gangguan sistem akibat serangan siber. Insiden tersebut menyebabkan gangguan terhadap layanan publik, termasuk sistem imigrasi, serta berdampak pada lebih dari 40 instansi pemerintah yang bergantung pada pusat data tersebut (Reuters, 2024). Selain itu, langkah isolasi sistem telah dilakukan sebagai bentuk mitigasi untuk mencegah penyebaran serangan lebih lanjut. Dengan demikian, krisis ini tidak hanya dipahami sebagai gangguan teknis, tetapi sebagai krisis organisasi yang memiliki implikasi luas terhadap persepsi publik dan keamanan data nasional.

Dampak reputasi yang ditimbulkan dari krisis tersebut telah dikaitkan dengan meningkatnya tekanan publik terhadap akuntabilitas organisasi, terutama dalam konteks perlindungan data digital. Keterlibatan Telkom sebagai bagian dari pengelola infrastruktur strategis telah menyebabkan krisis ini diinterpretasikan sebagai kegagalan dalam menjaga keamanan sistem, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan publik. Dalam kajian komunikasi krisis, telah dijelaskan bahwa persepsi tanggung jawab organisasi dalam insiden kebocoran data memiliki pengaruh langsung terhadap reputasi dan kepercayaan stakeholder (Nikkhah & Grover, 2025). Selain itu, intensitas pemberitaan media digital juga telah terbukti memperkuat persepsi negatif terhadap organisasi selama krisis berlangsung, sehingga memperbesar dampak reputasional yang ditimbulkan (Shahbazi & Bunker, 2024). Oleh karena itu, kasus Telkom Indonesia menunjukkan bahwa dampak reputasi dalam krisis kebocoran data tidak hanya dipengaruhi oleh insiden teknis, tetapi juga oleh bagaimana keterlibatan organisasi dipersepsikan oleh publik dalam konteks komunikasi krisis.

Evaluasi Strategi Public Relations

Berdasarkan karakteristik krisis yang melibatkan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang telah diuraikan sebelumnya, respons komunikasi yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk perlu dievaluasi untuk memahami efektivitas strategi public relations dalam mengelola krisis kebocoran data. Dalam perspektif teori komunikasi krisis, khususnya Situational Crisis Communication Theory (SCCT), strategi respons seharusnya disesuaikan dengan tingkat atribusi tanggung jawab yang dipersepsikan publik, di mana transparansi,

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

permintaan maaf, dan tindakan korektif direkomendasikan untuk krisis dengan tingkat tanggung jawab tinggi (Coombs, 2019). Namun demikian, dalam praktiknya respons komunikasi yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dalam menangani gangguan pada Pusat Data Nasional Sementara (PDNS) tahun 2024 dinilai belum sepenuhnya memenuhi prinsip transparansi dan kecepatan yang diharapkan publik, sehingga memicu ketidakpastian informasi serta berkembangnya spekulasi di ruang digital (Reuters, 2024). Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara pendekatan teoritis dan implementasi komunikasi krisis dapat memperburuk persepsi publik terhadap organisasi, terutama dalam konteks krisis berbasis teknologi (Nikkhah & Grover, 2025).

Selain itu, tantangan komunikasi dalam krisis kebocoran data juga telah diidentifikasi sebagai faktor yang memperumit efektivitas strategi public relations di era digital. Kompleksitas informasi teknis yang berkaitan dengan insiden siber sering kali menyulitkan penyampaian pesan yang mudah dipahami oleh publik, sehingga potensi misinterpretasi menjadi semakin tinggi. Di sisi lain, percepatan arus informasi melalui media sosial telah meningkatkan tekanan terhadap organisasi untuk memberikan respons secara cepat, meskipun informasi yang tersedia masih terbatas atau belum terverifikasi secara menyeluruh. Kondisi tersebut menciptakan dilema komunikasi antara kebutuhan akan kecepatan dan tuntutan akan akurasi informasi. Studi menunjukkan bahwa kegagalan dalam menyeimbangkan kedua aspek tersebut dapat berdampak pada penurunan kepercayaan publik serta meningkatnya intensitas krisis reputasi (Shahbazi & Bunker, 2024). Oleh karena itu, strategi public relations dalam krisis kebocoran data dituntut untuk mampu mengintegrasikan kecepatan, transparansi, dan akurasi informasi guna menjaga kredibilitas organisasi di tengah tekanan komunikasi digital yang tinggi.

Implikasi

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap strategi public relations yang telah diuraikan sebelumnya, sejumlah implikasi baik secara teoritis maupun praktis dapat diidentifikasi untuk memperkuat pengelolaan komunikasi krisis di era digital. Implikasi teoritis dari penelitian ini telah diarahkan pada penguatan kajian public relations dalam konteks digital, khususnya dalam menghadapi krisis kebocoran data yang semakin kompleks. Dalam perkembangan terbaru, teori komunikasi krisis seperti Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dan Image Restoration Theory (IRT) telah dipandang perlu untuk diadaptasi dengan mempertimbangkan dinamika media digital yang ditandai oleh kecepatan penyebaran informasi, partisipasi publik, serta tingginya ekspektasi terhadap transparansi organisasi.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a
Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Hasil analisis menunjukkan bahwa krisis kebocoran data tidak hanya dipengaruhi oleh atribusi tanggung jawab, tetapi juga oleh bagaimana informasi diproduksi, disebarkan, dan diinterpretasikan dalam ekosistem digital yang terbuka. Studi terkini juga menegaskan bahwa integrasi antara komunikasi krisis dan media digital memiliki peran signifikan dalam membentuk kepercayaan publik serta persepsi reputasi organisasi (Shahbazi & Bunker, 2024). Selain itu, dalam kasus yang melibatkan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk sebagai pengelola infrastruktur pusat data nasional, eksposur media yang tinggi telah mempercepat pembentukan opini publik terhadap organisasi, sehingga memperkuat kebutuhan akan pengembangan kerangka teoritis yang lebih adaptif terhadap konteks digital (Reuters, 2024). Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas perspektif teori public relations dengan menekankan pentingnya integrasi antara pendekatan komunikasi krisis klasik dan dinamika komunikasi digital.

Di sisi lain, implikasi praktis dari penelitian ini telah difokuskan pada pentingnya penguatan strategi komunikasi organisasi dalam menghadapi krisis kebocoran data. Strategi public relations yang efektif dipahami perlu mengedepankan transparansi informasi, kecepatan respons, serta komunikasi empatik yang mampu menjawab kekhawatiran publik secara tepat. Selain itu, tindakan korektif yang disampaikan secara terbuka juga telah diposisikan sebagai bagian penting dari pesan komunikasi untuk menunjukkan akuntabilitas organisasi. Penelitian empiris menunjukkan bahwa organisasi yang mampu mengelola komunikasi krisis secara responsif dan transparan cenderung memiliki peluang lebih besar dalam memulihkan kepercayaan publik serta menjaga reputasi jangka panjang (Nikkhah & Grover, 2025). Dalam konteks praktik, kasus krisis kebocoran data yang melibatkan Telkom Indonesia menunjukkan bahwa keterlambatan komunikasi dan kurangnya kejelasan informasi dapat memperburuk persepsi publik terhadap organisasi yang terdampak (Bua & Idris, 2024). Oleh karena itu, implikasi praktis dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi krisis yang adaptif, transparan, dan berbasis pada kebutuhan publik merupakan faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan reputasi organisasi di era digital.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, krisis kebocoran data yang melibatkan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dalam insiden serangan ransomware pada Pusat Data Nasional Sementara tahun 2024 telah dipahami sebagai krisis digital dengan tingkat kompleksitas tinggi yang berdampak luas terhadap layanan publik dan persepsi masyarakat. Gangguan terhadap lebih dari 40 instansi pemerintah serta terhambatnya layanan publik strategis telah menunjukkan bahwa krisis tersebut tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

memiliki implikasi sosial dan reputasional yang signifikan (Reuters, 2024; Bua & Idris, 2024). Dalam konteks ini, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk diposisikan sebagai aktor kunci dalam pengelolaan infrastruktur digital nasional, sehingga respons komunikasi yang dilakukan memiliki implikasi langsung terhadap persepsi publik terhadap keamanan data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara strategi komunikasi yang diharapkan secara teoritis dengan praktik di lapangan dapat memperburuk dinamika krisis serta memperpanjang proses pemulihan reputasi (Nikkhah & Grover, 2025; Chen et al., 2024). Selain itu, karakteristik krisis berbasis data juga telah diidentifikasi memiliki dampak jangka panjang terhadap kepercayaan publik, terutama ketika transparansi informasi tidak disampaikan secara optimal (Rodrigues et al., 2024). Dengan demikian, krisis kebocoran data telah menegaskan bahwa pengelolaan komunikasi menjadi elemen krusial dalam mengendalikan eskalasi krisis serta menjaga stabilitas reputasi organisasi di era digital.

Selain itu, peran public relations dalam krisis digital telah ditegaskan sebagai fungsi strategis yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembangunan kembali kepercayaan publik dan pemulihan reputasi organisasi secara berkelanjutan. Dalam perspektif teori komunikasi krisis, strategi seperti transparansi, respons cepat, dan komunikasi empatik telah dipandang sebagai pendekatan yang efektif dalam mengurangi ketidakpastian serta menjaga hubungan dengan stakeholder (Coombs, 2019; Kim & Krishna, 2017). Penelitian terkini juga menunjukkan bahwa kepercayaan publik memiliki hubungan yang erat dengan efektivitas komunikasi krisis, di mana organisasi yang mampu mengelola komunikasi secara terbuka dan responsif cenderung lebih berhasil dalam memulihkan reputasi pascakrisis (Shahbazi & Bunker, 2024; Martin et al., 2024). Selain itu, integrasi antara strategi komunikasi digital dan manajemen reputasi telah dipahami sebagai faktor penting dalam menghadapi tekanan media sosial yang tinggi selama krisis berlangsung (DiStaso et al., 2021). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pengelolaan krisis kebocoran data sangat ditentukan oleh kemampuan public relations dalam mengintegrasikan strategi komunikasi yang adaptif, transparan, dan berbasis kepercayaan publik dalam lingkungan digital yang dinamis.

Limitations & Future Research

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil analisis. Pertama, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini tidak berbasis data empiris, melainkan bersifat konseptual dengan mengandalkan kajian literatur dan analisis kasus sekunder. Kondisi tersebut menyebabkan temuan yang dihasilkan belum dapat digeneralisasikan secara luas karena tidak didukung oleh data lapangan atau

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

pengukuran kuantitatif terhadap persepsi publik. Selain itu, keterbatasan juga ditemukan pada masih terbatasnya kajian empiris yang secara khusus mengkaji krisis kebocoran data dalam perspektif komunikasi krisis, sehingga pengembangan teori pada konteks ini masih bersifat berkembang dan belum sepenuhnya matang (Kuipers & Schonheit, 2021). Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa penelitian mengenai data breach cenderung lebih banyak berfokus pada aspek teknis dan dampak pascakejadian dibandingkan dengan dinamika komunikasi krisis secara komprehensif (Goode et al., 2017). Di sisi lain, kasus kebocoran data yang digunakan sebagai konteks penelitian masih relatif baru dan terus berkembang, sehingga informasi yang tersedia di ruang publik masih bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan perkembangan investigasi serta pemberitaan media (Reuters, 2024). Dengan demikian, keterbatasan ini menunjukkan bahwa hasil penelitian perlu dipahami dalam konteks konseptual dan eksploratif.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, arah penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk mengembangkan pendekatan yang lebih empiris dengan melibatkan data primer, seperti survei terhadap publik atau wawancara dengan praktisi public relations, guna mengukur secara langsung persepsi kepercayaan dan reputasi pascakrisis kebocoran data. Selain itu, penelitian lanjutan juga disarankan untuk menguji model konseptual yang telah dikembangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif atau campuran (mixed methods) agar hubungan antara variabel krisis, respons komunikasi, kepercayaan, dan reputasi dapat diuji secara lebih komprehensif. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam memahami respons konsumen terhadap krisis kebocoran data, khususnya dalam konteks perilaku dan kepercayaan digital, sehingga kajian lebih lanjut sangat diperlukan untuk memperkaya literatur di bidang ini (Li et al., 2023; Chen & Jai, 2019). Selain itu, eksplorasi terhadap peran media sosial dan komunikasi digital dalam membentuk persepsi publik selama krisis juga direkomendasikan sebagai fokus penelitian berikutnya, mengingat meningkatnya pengaruh platform digital dalam membentuk opini publik secara real-time. Dengan demikian, penelitian di masa depan diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih kuat baik secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan strategi komunikasi krisis berbasis data di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Adristi, F. I., & Ramadhani, E. (2024). Analisis dampak kebocoran data pusat data nasional. *Jurnal Wicarana*, 4(1).

Albert, A. S. (2024). The strategic roles of public relations in crisis management. *Aliansi*

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Journal.

Ambarwati, I. (2024). Peran public relations dalam komunikasi krisis.

Antara. (2026). *Telkom ingatkan risiko kebocoran data dari penggunaan AI publik*.

Babatunde, K. A. (2022). Public relations and social media for effective crisis communication management. *Jurnal Bina Praja*. https://doi.org/10.21787/jbp.14.2022.543-553

Benoit, W. L. (2014). *Accounts, excuses, and apologies: Image repair theory and research* (2nd ed.). State University of New York Press.

Bua, I. T., & Idris, N. I. (2025). Analisis kebijakan keamanan siber di Indonesia: Studi kasus kebocoran data nasional pada tahun 2024. *Desentralisasi: Jurnal Hukum, KebijakanPublik, dan Pemerintahan*, 2(2), 100–114. https://doi.org/10.62383/desentralisasi.v2i2.653

Chen, S., Yang, G., & Han, Q. (2024). Navigating through crisis: An empirical investigation of effective response strategies for reputation restoration. *The European Journal of Finance*. https://doi.org/10.1080/1351847X.2024.2328212

Claeys, A.-S., Cauberghe, V., & Vyncke, P. (2010). Restoring reputations in times of crisis: An experimental study of the situational crisis communication theory and the moderating effects of locus of control. *Public Relations Review*, 36(3), 256–262.

Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*,10(3), 163–176. https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049

Coombs, W. T. (2018). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (5th ed.). Sage Publications.

Coombs, W. T., & Tachkova, E. R. (2023). Integrating moral outrage in situational crisis communication theory. *Journal of Communication*. https://doi.org/10.1177/08933189221151177

Cross, C. (2025). Beyond fraud and identity theft: Assessing the impact of data breaches. *Journal of Cyber Policy*. https://doi.org/10.1080/23738871.2025.2535007

Crowley, B. (2024). Image repair strategies and the lost apology in crisis communication.

DiStaso, M. W., Vafeiadis, M., & Amaral, C. (2021). Managing social media in crisis communication: A review of emerging trends. *Public Relations Review*. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102156

Faizal, K. A., & Masitoh, S. (2025). Situational Crisis Communication Kementerian Komunikasi Dan Digital Dalam Menangani Kasus Kebocoran Data Pdns Di Era Digital. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 13(1), 267-281.

Farhi, F., et al. (2024). Using digital surveillance to improve PR strategies: Strengthening trust, media relations, and crisis communication. *IEEE*.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

https://doi.org/10.1109/snams64316.2024.10883818

Fitria, A., & Hasian, D. P. (2025). Pertanggungjawaban Telkomsel atas kebocoran data pribadi pengguna IndiHome. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*.

Goode, S., Hoehle, H., Venkatesh, V., & Brown, S. A. (2017). User compensation as a data breach recovery action: An investigation of the Sony PlayStation network breach. *MIS Quarterly*, 41(3), 703–724.

Gracy, S. S. (2025). A global analysis of data breaches from 2004 to 2024. *arXiv*.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (2018). *Managing Public Relations*. Cengage Learning.

Hamid, S., & Huda, M. N. (2024). Mapping the landscape of government data breaches: A bibliometric analysis. *Software Impacts*, 101234. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101234

Heath, R. L. (2020). *The Handbook of Public Relations*. SAGE Publications.

Heppell, T. (2021). The British Labour Party and the antisemitism crisis: Jeremy Corbyn and image repair theory. *The British Journal of Politics and International Relations*. https://doi.org/10.1177/13691481211015920

Hidayati, N. R., & Purworini, D. (2025). Strategi respons krisis organisasi: Analisis isi kuantitatif dengan teori SCCT. *Warta ISKI*, 8(1).

Hiscox. (2024). *Cyber readiness report: Impact of cyber attacks on business trust and reputation*. https://www.hiscoxgroup.com/news/press-releases/2024/24-10-24?utm_source

Hydari, M., et al. (2024). Examining the impact of personal data breaches on consumer trust. *ACR Journal*.

Kementerian Komunikasi dan Digital. (2025). Komunikasi krisis kebocoran data PDNS.

Kim, S., & Krishna, A. (2017). Public responses to corporate crisis communication. *Journal of Business Ethics*. https://doi.org/10.1007/s10551-017-3461-3

Kim, J. (2019). Underlying processes of SCCT: Mediating roles of preventability, blame, and trust. *Public Relations Review*.

Kuipers, S., & Schonheit, M. (2021). Data breaches and effective crisis communication: A comparative analysis of corporate reputational crises. *Corporate Reputation Review*. https://doi.org/10.1057/s41299-021-00121-9

Kumalasari, A., et al. (2024). How digital communication transparency and public trust shape crisis communication. *Komunikator*. https://doi.org/10.18196/jkm.24485

Li, J., et al. (2023). Identification of key factors affecting data breach incidents. *Computers & Security*.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

Liu, C. (2024). Corporate cybersecurity risk and data breaches. *Australian Journal of Management*. https://doi.org/10.1177/03128962241293658

Marsen, S. (2020). Navigating crisis: The role of communication in organizational crisis. *International Journal of Business Communication*. https://doi.org/10.1177/2329488419882981

Martin, K., Borah, A., & Palmatier, R. W. (2024). Data privacy: Effects on customer trust and firm performance. *Journal of Marketing*. https://doi.org/10.1177/00222429241234567

Munif, M. (2026). The transformation of public relations roles in crisis communication in the social media era. *Journal of Innovative Islamic Education Management*.

Nikkhah, H. R., & Grover, V. (2025). Strategizing responses to data breaches: A multi-method study. *Journal of Management Information Systems*. https://doi.org/10.1080/07421222.2024.2415774

Patil, R., Pise, G., & Bhosale, Y. (2023). Root causes and prevention techniques of enterprise data breaches. *arXiv*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2311.16303

Permatasari, D. (2025). Analisis kegagalan krisis dan dampaknya pada citra BPJS Kesehatan dalam kasus kebocoran data 2024.

Rashid, M., Zannat, R., Faisal, H. M., & Ahmed, S. (2025). Fire, grief, and resilience: Crisis communication and image restoration strategies.

Reuters. (2024). *More than 40 Indonesian agencies hit by cyberattack on data centres*. https://w ww.reuters.com/world/asia-pacific/more-than-40-indonesian-agencies-hit-by-cyberattack-data-centres-2024-06-26/?utm source

Reuters. (2024). Indonesia's tax agency probes alleged personal data breach. https://www.reuters.com

Reuters. (2024). Global companies respond to major data breaches with transparency and corrective action.

Rodrigues, G. A. P., et al. (2024). Impact, compliance, and countermeasures in relation to data breaches. *Future Internet*, 16(6), 201. https://doi.org/10.3390/fi16060201

Ruohonen, J., Hjerppe, K., & Kortesuo, K. (2024). Crisis communication in the face of data breaches. *arXiv*.

Setyaningrum, A. H. (2025). Strategi pemulihan citra organisasi berbasis Image Repair Theory (IRT). *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*.

Shahbazi, M. A., & Bunker, D. (2024). Social media trust: Fighting misinformation in the time of crisis. *International Journal of Information Management*, 77. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102780

Timothy, N. V., Simatupang, M. L., Hutajulu, S. O., & Lukman, N. A. (2024). Strategi public

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.

relations dalam menangani krisis reputasi di era digital. *Digication Journal*, 1(2), 114–126.

Ukas, R. J. (2025). Data breaches in government institutions and society. *AEGIS Journal*.

Utami, T. K., Suryanto, S. O., Putri, K. A., & Asriani, F. (2025). Personal data breach cases in Indonesia: Perspective of personal data protection law. *Customary Law Journal*, 2(2).

Vercara. (2024). *Consumer trust & risk report on data breaches*.

Wojak, G., et al. (2025). Data protection and corporate reputation management in the digital era.

Copyright at authors some right reserved this work is licensedUnder a Creative Commons Attribuation-ShareAlike 4.0 International License.