



Analisis Peran Public Relation Dalam Pengelolaan Citra Profesional Aqeela Calista di Tengah Respons Negatif Publik Terhadap Sinetron Asmara GenZ

Aprilya Fadiya Riski¹, Dwi Novaria Misidawati²

^{1,2} Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: apriilya.fadiya.riski24093@mhs.uingsudur.ac.id¹, dwi.novaria.misidawati@uingsudur.ac.id²

Article Info

Article history:

Received November 28, 2025

Revised December 05, 2025

Accepted December 16, 2025

Keywords:

Public Relations, Image Management, Crisis Communication, Aqeela Calista, Asmara Gen Z, Media Literacy

ABSTRACT

The Indonesian entertainment industry has grown rapidly, especially with youth-oriented soap operas that reflect contemporary social issues. One of the most prominent examples is *Asmara Gen Z*, starring Aqeela Calista, which has gained significant popularity and won several awards, yet also attracted negative public responses due to her portrayal of an antagonistic character. This situation highlights the reputational risks faced by young actors in the digital era, where audiences often conflate fictional roles with personal identity. The purpose of this study is to analyze the role of Public Relations (PR) in managing Aqeela Calista's professional image amid negative public sentiment. Using a qualitative descriptive approach and case study method, data were collected through in-depth interviews, documentation, and social media observation, then analyzed thematically. The findings reveal that PR strategies include issue monitoring, media relations, image building, character-role separation, and crisis communication based on SCCT and image repair theory. These strategies proved effective, as negative sentiment remained limited to social media comments, mainstream media continued to highlight Aqeela's achievements, positive engagement from fans increased, and her professional image was strengthened. The study concludes that effective PR management can transform negative issues into evidence of acting quality, and recommends enhancing media literacy, strengthening positive content strategies, and developing continuous monitoring systems to sustain reputation in the entertainment industry.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received November 28, 2025

Revised December 05, 2025

Accepted December 16, 2025

Keywords:

Public Relations, Pengelolaan Citra, Komunikasi Krisis, Aqeela Calista, Asmara Gen Z, Literasi Media

ABSTRACT

Industri hiburan Indonesia berkembang pesat, khususnya melalui sinetron remaja yang merefleksikan isu sosial kontemporer. Salah satu contoh menonjol adalah Asmara Gen Z yang dibintangi Aqeela Calista. Sinetron ini meraih popularitas dan penghargaan, namun juga memicu respons negatif publik akibat peran antagonis yang dimainkan Aqeela. Situasi ini menunjukkan risiko reputasi yang dihadapi artis muda di era digital, ketika audiens sering menyamakan karakter fiksi dengan identitas pribadi aktor. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran Public Relation (PR) dalam pengelolaan citra profesional Aqeela Calista di tengah sentimen publik negatif. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, serta observasi media sosial, lalu dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PR meliputi pemantauan isu,



hubungan media, pembangunan citra, pemisahan karakter dan aktor, serta komunikasi krisis berbasis teori SCCT dan image repair. Strategi ini terbukti efektif karena sentimen negatif hanya terbatas pada komentar media sosial, media arus utama tetap menyoroti prestasi Aqeela, keterlibatan positif penggemar meningkat, dan citra profesionalnya semakin kuat. Penelitian menyimpulkan bahwa pengelolaan PR yang efektif mampu mengubah isu negatif menjadi bukti kualitas akting, serta merekomendasikan peningkatan literasi media, penguatan konten positif, dan pengembangan sistem monitoring berkelanjutan untuk menjaga reputasi artis di industri hiburan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Aprilya Fadiya Riski
Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
Email: apriilya.fadiya.riski24093@mhs.uingusdur.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan industri hiburan di Indonesia sangat berkembang pesat dengan hadirnya sinetron yang memfokuskan pada kelompok usia remaja (Purwanto et al., 2025). Salah satu yang mencuri perhatian adalah dengan hadirnya sinetron Asmara Gen Z yang dibintangi oleh aktris muda multitalenta bernama Aqeela Calista. (Qanitah Salma et al., 2025) Popularitas sinetron ini tidak terlepas dari topik yang diangkat, seperti persahabatan, percintaan hingga problematika kesehatan mental remaja, namun dibalik kesuksesan tersebut, muncul respon negatif dari sebagian publik yang menilai alur cerita terlalu dramatis, penggambaran isu sensitif kurang tepat, dan berpotensi mempengaruhi persepsi remaja terhadap realitas sosial (Qanitah Salma et al., 2025). Platform seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) memudahkan interaksi antara penonton secara langsung, namun juga memberi ruang bagi munculnya penilaian negatif terhadap aktor dan aktris tersebut (Nabila & Ismail, 2025). Situasi ini jadi lebih rumit ketika melibatkan aktris muda seperti Aqeela Calista, terutama dari penonton yang menghubungkan karakter dalam cerita dengan kepribadian sebenarnya dari sang aktris (Rana et al., 2025). Hal ini mencerminkan cara masyarakat Indonesia dalam memakai media, di mana mereka masih sering mengaitkan tokoh sinetron dengan kehidupan nyata para artis (Nurdin & Septialti, 2024).

Fenomena ini menimbulkan masalah penelitian bagaimana seorang aktris muda seperti Aqeela Calista mampu menjaga citra profesionalnya di tengah sorotan publik yang masif (Rana et al., 2025). Citra publik seorang aktris adalah aset penting yang menjadi penentu keberlangsungan karier, sehingga pengelolaannya tidak bisa dipisahkan dari fungsi Public Relation (PR). Public relation berperan sebagai pengelolaan komunikasi yang merancang taktik untuk membangun, mempertahankan, dan memperbaiki reputasi aktris. Public relation juga membantu menjaga citra seorang aktris agar tetap seimbang ketika menghadapi komentar negatif, kritik, atau bahkan tindakan cyberbullying (Qomaruddin & Milyane, 2025).



Studi sebelumnya menunjukkan signifikansi peran public relation dalam pengelolaan citra. Febiana, Nugraha, & Nurmala (2025) menekankan bahwa PR berkontribusi dalam membangun citra organisasi melalui komunikasi yang konsisten dan terencana (Febriana et al., 2025). Berdasarkan penjelasan tersebut, studi ini bertujuan untuk mengkaji fungsi public relation dalam pengelolaan citra profesional Aqeela Calista di tengah tanggapan negatif masyarakat terhadap serial televisi *Asmara Gen Z*. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan secara teori dalam bidang komunikasi, terutama dalam manajemen citra dan komunikasi krisis, serta sumbangan praktis untuk pengelolaan reputasi selebriti di dunia hiburan Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan ini dipilih mengingat tujuan studi adalah untuk mengkaji bagaimana Public Relation berperan dalam mengatur citra profesional Aqeela Calista di tengah tanggapan negatif dari publik mengenai sinetron *Asmara Gen Z*. Metode kualitatif memberi kesempatan bagi peneliti untuk mengeksplorasi fenomena dengan lebih mendalam melalui interpretasi data yang berbentuk naratif dan kontekstual (Putri & Kadewandana, 2018).

Tipe penelitian yang diterapkan adalah studi kasus. Pemilihan studi kasus dilakukan karena fokus penelitian ini menyoroti fenomena tertentu, yakni strategi PR dalam pengelolaan citra Aqeela Calista. Dengan menggunakan studi kasus, peneliti dapat mengumpulkan data secara rinci mengenai praktik komunikasi, strategi PR, serta tanggapan publik yang ada. Sumber data yang digunakan adalah menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari dokumentasi, artikel daring, jurnal ilmiah, dan publikasi resmi yang berkaitan dengan sinetron *Asmara Gen Z* dan profil Aqeela Calista (Putri & Kadewandana, 2018).

Teknik pengumpulan data menggunakan metode analisis yaitu mengumpulkan informasi dari artikel berita, media sosial, jurnal, dan publikasi resmi. Selain itu, observasi media dengan mengawasi berita serta reaksi publik di media sosial yang berkaitan dengan sinetron *Asmara Gen Z*. Analisis data dilakukan dengan menerapkan metode analisis tematik. Prosesnya mencakup mengidentifikasi tema-tema utama seputar peran PR, citra artis, dan respons publik dan menyusun hasil analisis dalam bentuk narasi deskriptif yang terstruktur. Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia, dengan fokus pada fenomena industri hiburan pada tahun 2025, khususnya sinetron *Asmara Gen Z* dan artis Aqeela Calista (Rana et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Respons Negatif Publik terhadap Peran Aqeela Calista dalam *Asmara Gen Z*

Fenomena tanggapan negatif dari masyarakat terhadap peran Aqeela Calista dalam serial televisi *Asmara Gen Z* adalah contoh konkret bagaimana pandangan publik terhadap seorang aktris dapat dipengaruhi oleh peran fiksi yang mereka perankan (Qanitha Salma et al., 2025). Karakter yang dibawa Aqeela sering dipersepsikan sebagai gadis cegil, menyebalkan, atau bahkan antagonis dalam beberapa bagian. Ini menyebabkan munculnya komentar benci di platform sosial yang menyerang aspek fisik dan pribadi Aqeela, meskipun



komentar tersebut tidak berhubungan dengan kemampuan aktingnya. Selain itu, terdapat pula komentar yang negatif Aqeela seolah-olah karakter fiksinya mencerminkan dirinya sebagai seorang individu, serta konten edit yang semakin memperkuat stereotip negatif terhadap perannya.

Fenomena ini menunjukkan rendahnya kemampuan literasi media di kalangan sejumlah netizen. Banyak penonton yang tidak bisa memahami bahwa karakter dalam sinetron adalah hasil imajinasi dan tidak dapat disamakan dengan karakter asli aktor tersebut. Sinetron remaja sering kali dipahami secara harfiah oleh penonton muda, yang mengarah pada penilaian yang bias terhadap para aktor dan aktris, juga menyoroti bahwa penyajian isu kesehatan mental dalam sinetron sering menimbulkan perdebatan karena publik tidak mampu membedakan antara representasi dramatis dan kenyataan (Nabila & Ismail, 2025).

Dari sudut pandang public relation (PR), tingginya reaksi seperti ini menunjukkan bahwa artis muda sangat rentan terhadap dampak reputasi jika tidak ada manajemen citra yang efektif. Oleh karena itu, PR harus berfungsi sebagai pengelola komunikasi strategis yang mampu mengarahkan opini publik agar tetap fokus pada profesionalisme akting, tidak terpengaruh oleh serangan pribadi.

Issue Monitoring

Dalam dunia Public Relation (PR), issue monitoring adalah salah satu tugas krusial yang berkaitan erat dengan penanganan krisis. PR melakukan pengawasan mendalam terhadap arus komentar di media sosial, berita di platform online, serta diskusi masyarakat di berbagai saluran digital. Monitoring ini tidak sekadar menghimpun informasi, namun juga bertujuan untuk menganalisis sentimen publik apakah lebih banyak yang positif, netral, atau negatif serta mengidentifikasi isu-isu yang bisa berkembang menjadi masalah reputasi yang serius (Qomaruddin & Milyane, 2025).

Dalam situasi Aqeela Calista, monitoring dilakukan untuk menangkap sejauh mana reaksi negatif publik terhadap perannya di sinetron *Asmara Gen Z* dapat berdampak pada citra profesionalnya. Komentar yang mengaitkan karakter fiksi dengan sosok aktor, komentar kebencian yang menyerang penampilan, hingga konten edit yang memperkuat stereotip buruk, semuanya menjadi indikator penting yang perlu dicermati oleh tim PR. Tanpa adanya pemantauan yang terencana, isu kecil bisa meluas dan menjadi krisis besar yang susah untuk dikelola (Qanitha Salma et al., 2025).

Situational Crisis Communication Theory (SCCT) adalah langkah awal yang sangat krusial untuk menentukan cara komunikasi krisis yang tepat. SCCT menekankan bahwa setiap krisis memiliki ciri khas tersendiri, sehingga pendekatan komunikasi harus disesuaikan dengan tingkat tanggung jawab yang dianggap oleh publik. Dalam konteks Aqeela, isu yang muncul masuk dalam kategori *victim cluster*, di mana artis dianggap sebagai korban dari penilaian publik akibat karakter fiksi yang ia perankan. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi yang diambil sebaiknya berfokus pada penjelasan, memberikan edukasi kepada publik, serta memperkuat citra positif (Qanitha Salma et al., 2025).

Selain itu, issue monitoring juga berfungsi sebagai sistem peringatan awal. Dengan pengawasan yang rutin, tim PR dapat mendeteksi adanya pertanda komentar negatif dari awal, memungkinkan mereka untuk mengambil tindakan pencegahan sebelum masalah berkembang



lebih jauh. Sebagai contoh, jika ada lonjakan signifikan dalam komentar negatif yang menyerang pribadi Aqeela, tim PR bisa segera menyusun siaran pers atau konten klarifikasi yang menekankan perbedaan antara karakter fiksi dan identitas pemerannya.

Dalam praktiknya, issue monitoring dilakukan melalui beberapa cara, yaitu menjadi alat pemantauan media sosial, seperti analisis hashtag, tren topik, dan sentimen komentar dan analisis konten media, yaitu dengan memantau pemberitaan daring untuk melihat bagaimana framing yang diterapkan terhadap artis.

Dalam kasus Aqeela Calista, pemantauan isu terbukti efektif karena dapat mengidentifikasi bahwa sentimen negatif publik lebih banyak muncul di kolom komentar media sosial, bukan dalam berita media arus utama. Ini memungkinkan tim PR untuk mengambil langkah yang lebih terukur, seperti memperkuat narasi positif melalui hubungan media dan konten kreatif, tanpa harus melakukan klarifikasi besar-besaran yang bisa saja memperbesar masalah. Umpan balik dari pemangku kepentingan, dengan memantau reaksi penggemar, komunitas, dan pihak produksi sinetron.

Media Relations

Dalam praktik Public Relation (PR), media relations merupakan salah satu strategi utama untuk membangun dan mempertahankan citra positif seorang artis. Hubungan yang baik dengan media memungkinkan PR mengendalikan narasi publik melalui pemberitaan yang lebih seimbang dan terukur. Pada kasus Aqeela Calista, PR berupaya memastikan bahwa pemberitaan mengenai dirinya tidak terjebak dalam framing negatif yang hanya menyoroti kontroversi karakter dalam sinetron *Asmara Gen Z* (Qanitah Salma et al., 2025).

Selain itu, media relations juga berperan dalam membentuk agenda setting. Dengan mengarahkan media untuk menyoroti prestasi Aqeela, PR secara tidak langsung memengaruhi persepsi publik bahwa isu negatif hanyalah bagian kecil dari keseluruhan narasi kariernya. Hal ini penting karena dalam industri hiburan, media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik dan menentukan arah popularitas seorang artis (Mukhtar et al., 2020).

Image Building

Strategi pengembangan citra memusatkan perhatian pada penciptaan gambaran yang baik dengan menonjolkan pencapaian dan kegiatan yang sejalan dengan prinsip profesionalisme (Qomaruddin & Milyane, 2025). Dalam konteks Aqeela Calista, citra tersebut dibentuk melalui berbagai aktivitas yang menggambarkan dirinya sebagai artis muda dengan banyak bakat. Selain kemampuan berakting, Aqeela juga aktif dalam bidang musik, memiliki keterampilan sebagai pembawa acara, berperan sebagai pembuat konten kecantikan, serta menjalin kolaborasi dengan merek-merek kecantikan.

Nilai-nilai seperti profesionalisme, beragam bakat, dan kedewasaan yang melebihi usianya terus ditanamkan dan diperkuat melalui berbagai saluran komunikasi (Artis, 2011). Dengan menyoroti sifat multitalenta Aqeela, hubungan masyarakat berusaha membangun pandangan bahwa ia bukan hanya seorang aktris sinetron, tetapi juga tokoh publik yang memiliki kemampuan lebih luas dalam dunia hiburan. Pengembangan citra juga dilakukan melalui strategi konten yang positif di media sosial. Konten yang menunjukkan aktivitas



sehari-hari, interaksi hangat dengan penggemar, serta kegiatan profesional di lokasi syuting berfungsi untuk memperkuat citra yang baik. Dengan cara ini, publik lebih banyak melihat sisi inspiratif dan produktif dari Aqeela, bukan hanya kontroversi dari karakter yang dia perankan.

Character-Role Separation Strategy

Salah satu hambatan utama dalam manajemen citra seorang artis adalah ketika masyarakat tidak mampu membedakan antara karakter yang dimainkan dalam cerita dan identitas aktor itu sendiri (Pattipeilohy, 2015). Untuk Aqeela Calista, terdapat banyak komentar buruk yang ditujukan kepadanya seolah karakter antagonis yang ia perankan mencerminkan siapa dirinya yang sesungguhnya. Untuk menangani masalah ini, menerapkan pendekatan pemisahan karakter dan peran, dengan penekanan kepada publik bahwa reaksi negatif seharusnya ditujukan kepada karakter fiktif, bukan kepada aktor yang membawakannya.

Tim Public Relation berupaya untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa kemampuan Aqeela dalam menggambarkan karakter yang dapat membangkitkan emosi penonton adalah bukti keahlian aktingnya (Pattipeilohy, 2015). Selain itu, pendekatan ini juga berfungsi sebagai mekanisme perbaikan citra. Dengan menyoroti perbedaan antara karakter dan aktor, tim humas berupaya meminimalkan dampak negatif pada reputasi yang disebabkan oleh kesalahpahaman publik.

Strategi PR dalam Menghadapi Respons Negatif Publik

1) Non-Reactive Communication

Salah satu taktik yang diterapkan oleh PR dalam menangani tanggapan negatif dari publik adalah komunikasi non-reaktif. Aqeela Calista memilih untuk tidak memberikan reaksi yang emosional atau defensif atas kritik yang ditujukan padanya. Pendekatan ini sangat penting, karena reaksi yang berlebihan atau defensif justru dapat memperburuk situasi dan memperkuat pandangan negatif publik (Pattipeilohy, 2015). Dengan tidak merespons komentar tersebut secara langsung, Aqeela menunjukkan sikap profesional serta kemampuannya dalam membedakan antara kritik terhadap karakter fiksinya dan identitas pribadinya. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip komunikasi krisis yang menekankan pentingnya menghindari peningkatan konflik. Dalam konteks seorang artis muda, sikap non-reaktif juga berperan dalam menjaga konsistensi citra sebagai seorang figur publik yang dewasa dan profesional.

2) Penguatan Konten Positif

PR berusaha untuk memperluas distribusi konten yang menampilkan aktivitas positif Aqeela. Konten-konten tersebut mencakup video pelatihan akting, interaksi yang bersahabat saat di lokasi syuting, momen kebersamaan dengan rekan pemain, serta kegiatan di bidang musik dan kecantikan (Rana et al., 2025). Tujuan utama dari pendekatan ini adalah mengalihkan perhatian publik dari isu-isu negatif kepada hal-hal positif yang lebih mencerminkan profesionalisme Aqeela.

Strategi penguatan konten positif ini sesuai dengan teori pembentukan citra yang menekankan pentingnya menampilkan aspek produktif dan inspiratif dari seorang artis



(Qomaruddin & Milyane, 2025). Dengan menunjukkan kegiatan-kegiatan positif, PR berupaya menciptakan narasi bahwa Aqeela merupakan sosok yang multitalenta, tidak hanya aktif berakting tetapi juga terlibat dalam berbagai bidang kreatif. Ini bertujuan memperkuat citra Aqeela sebagai artis muda yang profesional, kreatif, dan inspiratif.

3) Framing Media Yang Terukur

Media memainkan peran penting dalam memengaruhi pandangan masyarakat. Karena itu, PR menawarkan kesempatan kepada media untuk menampilkan aspek profesional Aqeela melalui tulisan yang menekankan proses berakting, hambatan dalam memerankan karakter tertentu, serta prestasi karier yang diraih sejak masa muda. Dengan pembingkaihan yang terukur, media tidak hanya fokus pada hal-hal yang kontroversial, tetapi juga memberikan kesempatan bagi publik untuk melihat sisi positif dari perjalanan karier Aqeela. Dengan mengarahkan pemberitaan media untuk menyoroti sisi profesional, PR secara tidak langsung memengaruhi penentuan agenda, sehingga isu-isu negatif tidak menjadi fokus utama dalam laporan berita (Qanitah Salma et al., 2025).

4) Strategi Krisis (SCCT dan Image Repair)

Dalam kerangka teori Situational Crisis Communication Theory (SCCT), masalah yang dihadapi oleh Aqeela masuk dalam kategori kelompok korban, di mana artis tersebut menjadi mangsa dari kritik publik akibat peran fiksi yang ia jalani (Arif et al., 2024). Dalam kelompok ini, pendekatan komunikasi yang ideal adalah:

- Diminish strategy: menjelaskan bahwa karakter yang diperankan merupakan bagian dari skenario, sehingga tidak dapat dianggap sebagai representasi dari kepribadian aktor tersebut (Arif et al., 2024).
- Bolstering strategy: menyoroti pencapaian serta rekam jejak positif Aqeela, seperti penghargaan yang telah ia terima dan sumbangsihnya dalam industri hiburan (Mayasari et al., 2025).

Selain SCCT, pendekatan tersebut juga sejalan dengan teori perbaikan citra yang menekankan pentingnya memperbaiki reputasi melalui klarifikasi, penguatan prestasi, dan penekanan pada nilai-nilai yang positif. Melalui strategi ini, Public Relations berupaya untuk mengurangi dampak reputasi yang ditimbulkan oleh isu negatif sekaligus memperkuat citra positif Aqeela.

5) Kontrol Naratif di Media Sosial

Media sosial menjadi platform utama di mana opini masyarakat berkembang. Oleh karena itu, PR harus memastikan bahwa narasi utama tentang Aqeela tetap dalam arah yang positif, profesional, dan terkelola dengan baik. Ini dilakukan dengan cermat memilih konten yang akan diposting, menghindari unggahan yang dapat memicu penilaian negatif, dan meningkatkan interaksi positif dengan para penggemar. Pendekatan pengendalian narasi ini sangat penting karena media sosial memiliki sifat interaktif dan informasi bisa menyebar dengan sangat cepat. Dengan mengelola konten secara teliti, PR dapat mencegah timbulnya penafsiran negatif yang dapat merusak citra Aqeela. Di samping itu, interaksi positif dengan penggemar berkontribusi pada pembentukan komunitas yang setia dan mendukung, sehingga dapat berfungsi sebagai penyangga reputasi saat isu negatif muncul (Rana et al., 2025).



6) Efektivitas Strategi Public Relation

Hasil implementasi strategi Public Relation (PR) dalam pengelolaan citra profesional Aqeela Calista menunjukkan tingkat efektivitas yang cukup signifikan. Pendekatan yang digunakan tidak hanya mampu meredakan reaksi negatif publik, tetapi juga berhasil mengubah isu yang awalnya memiliki potensi merugikan reputasi menjadi bukti dari kualitas akting dan profesionalisme Aqeela.

1. Sentimen Negatif Tidak Berkembang Menjadi Isu Besar

Pemantauan yang mendalam terhadap komentar publik di platform media sosial mengindikasikan bahwa sentimen negatif terhadap Aqeela tidak lebih dari sekadar komentar, tanpa meluas menjadi isu besar di media massa. Ini mengindikasikan bahwa strategi PR berhasil menahan agar isu tetap terkendali (Qanitah Salma et al., 2025). Dalam situasi ini, PR berhasil mencegah eskalasi isu dengan menggunakan strategi non-reaktif dan memperkuat konten positif.

2. Prestasi dan Profesionalitas Tetap Menjadi Narasi Utama Media

Media utama terus menerus menyoroti prestasi Aqeela, termasuk keberhasilannya dalam meraih empat penghargaan di SCTV Awards 2025 (Qanitah Salma et al., 2025). Ini menunjukkan bahwa strategi media relations yang diterapkan dalam PR berhasil mengarahkan cara pemberitaan. Dengan fokus pada profesionalisme berakting, proses produksi, dan pencapaian dalam karier, PR berhasil memastikan bahwa narasi utama tentang Aqeela tetap berada dalam jalur positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil studi dan diskusi, dapat ditarik kesimpulan bahwa Hubungan Masyarakat memegang peranan penting dalam melindungi dan mengelola citra profesional Aqeela Calista di tengah reaksi negatif yang muncul dari publik terhadap acara televisi AsmaraGenZ. Reaksi negatif tersebut, yang sering kali berupa komentar yang mengaitkan tokoh fiksi dengan karakter aktor, komentar kebencian, dan materi edit yang memperkuat pandangan stereotip negatif, menunjukkan tantangan reputasi yang harus dihadapi oleh bintang muda di era digital. Dengan memanfaatkan pendekatan PR yang terencana, isu-isu negatif itu bisa dikelola dan dialihkan menjadi bukti kemampuan akting. Taktik yang diterapkan meliputi: Pemantauan Isu, Hubungan Media, Pembangunan Citra, Pemisahan Karakter dan Peran, Strategi Krisis yang berlandaskan SCCT dan Perbaikan Citra, serta Kontrol Narasi di Sosial Media.

Keberhasilan strategi PR ini terlihat jelas dari sejumlah indikator: sentimen negatif tidak berkembang menjadi isu besar, pencapaian dan profesionalisme tetap menjadi fokus utama pemberitaan, keterlibatan positif mengalami peningkatan, dan citra Aqeela sebagai aktris muda profesional semakin kuat. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan citra yang efisien dapat merubah isu negatif menjadi bukti kemampuan akting, serta memperkuat reputasi artis muda dalam industri hiburan di Indonesia. Aspirasi penelitian yang tercantum dalam latar belakang, yaitu menganalisis fungsi PR dalam pengelolaan citra profesional Aqeela Calista, telah berhasil dicapai. Penelitian ini juga memperkuat hasil empiris yang ada sebelumnya yang menunjukkan pentingnya PR dalam membangun dan



mempertahankan citra positif bagi individu publik, serta relevan dengan fenomena artis muda di era digital yang menghadapi risiko reputasi disebabkan oleh intensitas interaksi di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. Z., Kurniawan, W. D., & Putra, B. A. W. (2024). Manajemen Pengembangan Karir Terhadap Employability Siswa Smk: Tinjauan Sistematis. *Universitas Negeri Surabaya*, 9, 104–113.
- Artis. (2011). STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS Oleh : Artis, S.Ag Abstraksi. *Strategi Komunikasi Public Relation*, 8(02), 184–197.
- Febriana, G., Nugraha, K. A., & Nurmala. (2025). PERAN PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN. *ENCOMMUNICATION: Journal of Communication Studies*, 3(1), 2–4. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.71036/ejcs.v3i1.340>
- Mayasari, N. M. D. A., Riana, I. G., Surya, I. B. K., & Putra, M. S. (2025). Bagaimana Menekan Tombol Aktivasi Perilaku Karir Proaktif? *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 14(1), 158–169. <https://doi.org/10.23887/jish.v14i1.89956>
- Mukhtar, M., Risnita, R., & Juniarni, C. (2020). Public Relation Management in Developing Organizational Behavior. *International Journal of Educational Review*, 2(1), 18–29. <https://doi.org/10.33369/ijer.v2i1.10380>
- Nabila, T. Y., & Ismail. (2025). *TikTok ' s Impact on Generation Z ' s Mental Health and Social Relationships*. 4(3), 1313–1325.
- Nurdin, A. A., & Septialti, D. (2024). Paparan Media Sosial (Tiktok dan Instagram) Ditinjau dari Status Kesehatan Mental pada Mahasiswa Kesehatan. *Health Promotion and Community Engagement Journal*, 2(2), 122–130. <https://doi.org/10.70041/hpcej.v2i2.69>
- Pattipeilohy, E. M. (2015). Citra Diri Dan Popularitas Artis. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 22–32. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n1.3>
- Purwanto, A., Yudi Sumayadi, Tri Karyono, & Enry Johan Jaohari. (2025). Transformasi Music Entertainment: Peran Teknologi Dalam Evolusi Seni Musik 3. *Jurnal Budaya Nusantara*, (2)(71), 090–104.
- Putri, D. P., & Kadewardana, D. (2018). Prinsip-prinsip Human Relations dalam Pelaksanaan Komunikasi Organisasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 24–35. <https://doi.org/10.35814/coverage.v8i2.587>



- Qanitah Salma, Rini Sartika, & Putri Handayani. (2025). Analisis Interaksi Dan Respon Penonton Di Media Sosial Terhadap Sinetron “Asmara Gen Z” Dengan Menggunakan Teori Uses And Gratification. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 205–212. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.513>
- Qomaruddin, D. E. S., & Milyane, T. M. (2025). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Lembaga Perguruan Tinggi Swasta Di Indonesia. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 45–56. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/20623>
- Rana, A., Kusuma, A., Prawira, N. R., & Raissa, A. (2025). Studi Deskriptif Kualitatif : Peran Aqeela Aza Calista sebagai Komunikator Digital dalam Pembentukan Budaya FOMO Lifestyle di TikTok. *SEMINAR NASIONAL ILMU-ILMU SOSIAL*, 918–933.