

BAGIKAN: Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis

KOMENTAR:



Home / Tren



### Untar untuk Indonesia

Akademisi

Platform akademisi Universitas Tarumanagara guna menyebarluaskan atau diseminasi hasil riset terkini kepada khalayak luas untuk membangun Indonesia yang lebih baik.

# Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis

Kompas.com - 24/08/2020, 07:03 WIB

BAGIKAN:

Komentar



Juru Bicara Pemerintah untuk Penanganan Covid-19 Achmad Yurianto memberi keterangan di Graha Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), Jakarta, Senin (6/7/2020). (DOKUMENTASI BNPB)

Close Ads X

BAGIKAN:

Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis

KOMENTAR:

beginitulah judul yang tertulis di media online Kompas.com, 15 Mei 2020.

Mengutip dari media tersebut, juru bicara pemerintah untuk penanganan Covid-19 sekaligus Direktur Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Kementerian Kesehatan Achmad Yurianto menerima penghargaan sebagai Public Relations of The Year dalam acara Indonesia Corporate Branding PR Award 2020 yang diadakan oleh Divisi Riset Iconomics dengan kriteria penilaian berdasarkan tiga pilar citra perusahaan yaitu komersial, organisasi, dan sosial.

Alex Mulya, Direktur Riset Iconomics, mengatakan bahwa public relations (PR) memiliki peran penting dalam menciptakan berita positif untuk mengimbangi berita negatif saat dihadapkan pada situasi dan kondisi krisis seperti saat ini.

Ketua Perhumas Agung Laksana menambahkan bahwa pandemi Covid-19 telah berdampak luas secara multidimensional.

Oleh karenanya, perlu sosok PR yang lebih inovatif dan kreatif dalam menyediakan konten bagi audiensnya.

Kutipan di atas dapat menjadi bahan refleksi bersama, bagaimana para praktisi PR bersikap jika dihadapkan pada situasi krisis.

### Apa itu krisis?

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, krisis adalah keadaan yang berbahaya (dalam menderita sakit) parah sekali, keadaan yang genting/kemelum, keadaan suram (tentang ekonomi, moral, dan sebagainya).

Ada beberapa definisi "krisis" yang dikemukakan oleh para ahli. Krisis diterjemahkan sebagai sesuatu yang datang secara mengejutkan serta menghadirkan ancaman bagi organisasi, perusahaan, atau industri, begitu juga terhadap publik mereka, produk, layanan, ataupun nama baik yang sudah dimiliki (Putra, 1999).

Coombs (2014) mendefinisikan krisis sebagai persepsi tentang peristiwa yang tidak dapat diprediksi, mengancam harapan para pemangku kepentingan terkait dengan masalah kesehatan, keselamatan, lingkungan dan ekonomi, dan secara serius dapat berdampak pada kinerja organisasi serta menghasilkan hasil negatif.

Tiga ancaman yang ditimbulkan adalah keselamatan publik, kerugian finansial, dan kehilangan reputasi.

Adapun elemen-elemen krisis bersifat tidak terduga, informasi tidak mencukupi, dan cepatnya dinamika yang terjadi (Argenti, 2009).

Jika dilihat dari perspektif PR, krisis sebagai peristiwa atau keadaan apa pun yang berdampak negatif terhadap reputasi, kredibilitas, merek organisasi atau individu (Debra Davenport, Ph.D-Purdue University, 2020).

Dengan melihat dampak negatif yang ditimbulkan, organisasi harus segera merespons jika terjadi krisis karena penampilan organisasi berada dalam penilaian publik (Putra,1999).

### Komunikasi dan manajemen krisis

#### TERPOPULER

- 1 [Twit Viral Sebut Jalan Tol Surabaya Rumit, Ini Kata Jasa Marga](#)  
Dibaca 49.953 kali
- 2 [Prakerja Gelombang 13 Dibuka, Lakukan Ini jika Sudah Punya Akun](#)  
Dibaca 9.736 kali
- 3 [Kartu Prakerja Gelombang 13 Dibuka, Begini Proses Seleksinya](#)  
Dibaca 6.722 kali
- 4 [Video Viral Es Krim Seblak, Berikut Varian Rasa Es Krim Unik Lainnya](#)  
Dibaca 6.463 kali
- 5 [Ramai E-KTP Disebut Scam, Ini Tanggapan Dukcapil](#)  
Dibaca 4.710 kali

#### NOW TRENDING



Pemerintah Perpanjang PPKM Mikro hingga 22 Maret

Close Ads X

BAGIKAN: Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis

KOMENTAR:

informasi yang diperlukan untuk mengatasi situasi krisis (Coombs & Holladay, 2010).

Dalam situasi krisis, terjadi peningkatan arus informasi yang luar biasa, sistem komunikasi kehilangan keseimbangan, kandungan emosi dalam komunikasi krisis sangat mencolok, jaringan antara komunikasi antarpribadi dan komunikasi media, serta keterikatan manusia pada media massa mengalami lonjakan besar.

Dalam era media baru dan media sosial, keterikatan manusia tidak hanya sebatas pada media massa, tapi juga pada jejaring sosial.

Jaringan komunikasi antarpribadi meningkat melalui jejaring-jejaring sosial (Hardjana, 1998).

Dalam rangka menggabungkan komunikasi krisis menjadi kerangka yang lebih strategis, sejumlah peneliti mengategorikan fungsi ini sebagai manajemen krisis.

Pearson dan Clair (1998) mendefinisikan manajemen krisis sebagai upaya sistematis untuk menghindari krisis organisasi atau untuk mengelola krisis yang terjadi.

Ditambahkan oleh Coombs & Holladay (2010) bahwa manajemen krisis merupakan upaya pencegahan atau mengurangi hasil negatif dari krisis dengan melalui tiga tahap, yaitu *pre-crisis*, *response to crisis*, dan *post-crisis* untuk melindungi organisasi serta para *stakeholder*.

**Pre-crisis**

Tahap ini menitikberatkan pada pencegahan dan persiapan. Pencegahan termasuk mencari cara mengurangi risiko.

Adapun persiapan di antaranya membuat rencana manajemen krisis, memilih anggota tim krisis, melatih anggota tim agar dapat beradaptasi dengan krisis, mempersiapkan sosok terpercaya yang akan menyampaikan informasi pada publik.

Contoh kondisi ideal pada tahap ini adalah saat masih awal penyebaran/penularan Covid-19.

Aka tetapi, secara riil tahapan ini telah berlalu, di mana wabah Covid-19 telah dinyatakan sebagai pandemi yang menyebar luas dan pelayanan publik telah terkena dampaknya.

Oleh karenanya membuat perencanaan manajemen krisis akan sangat membantu menentukan langkah-langkah yang tepat seperti menetapkan prosedur pelayanan publik jika terjadi krisis yang lebih besar di kemudian hari.

**Response to crisis**

Tahap kedua, manajemen harus bertindak langsung merespon krisis. Rencana yang sudah disusun benar-benar diimplementasikan.

Respons krisis merupakan apa yang dilakukan dan dikatakan oleh manajemen saat krisis terjadi.

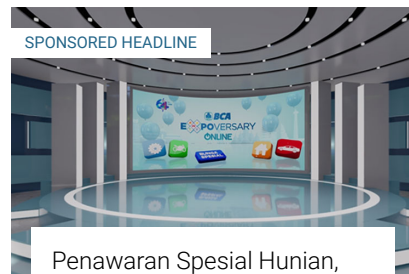
PR memegang peranan penting dalam merespons krisis tersebut, salah



Polri Tak Keluarkan Izin KLB Mengatasnamakan Partai Demokrat di Sumut



30 Kader Demokrat Sumut Berencana Bubarkan 1.000 Peserta KLB di Sibolangit



SPONSORED HEADLINE

Penawaran Spesial Hunian, Mobil, dan Motor di BCA Expository Online 2021



Nur, Mantan Pegawai BCA, Ceritakan Awal Mula Salah Transfer Uang Rp 51 Juta hingga Ardi Dipenjara



Ibu yang Dilaporkan Anak ke Polisi: Saya Ketakutan, Saya Mengandung Dia 9 Bulan

Close Ads X

## BAGIKAN:

## Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis

## KOMENTAR:

Meski krisis tidak lagi menjadi perhatian utama, tetapi tetap membutuhkan perhatian lebih lanjut.

Organisasi diharapkan dapat memenuhi komitmen yang telah dibuat saat krisis dan disampaikan kepada masyarakat atau pihak terkait untuk informasi lanjutan.

Krisis dapat menjadi proses pembelajaran bagi organisasi untuk mencari cara lebih baik jika hal serupa terjadi di masa depan.

Contoh tahap *post-crisis* jika dihubungkan dengan situasi saat ini adalah masih diberlakukannya kebijakan *work from home* untuk mengurangi risiko penularan Covid-19.

Pengambil kebijakan perlu memiliki *guidelines* yang tepat guna mendukung efektivitas kerja atau belajar dari rumah.

Rencana strategis krisis harus didasarkan pada koordinasi antara fungsi manajemen, operasional, dan komunikasi.

Rencana darurat ada dalam dua bidang parallel yaitu respons operasional dan respon komunikasi di mana tim respons operasional berfokus pada penyelesaian masalah secepat mungkin dan tim komunikasi bertanggung jawab menginformasikan kepada kelompok pemangku kepentingan utama organisasi untuk memastikan pemahaman dan dukungan mereka dipertahankan (Kadarova, et al, 2015).

Peran *public relations* (PR) saat krisis pandemi Covid-19 yang mulai merebak di awal tahun 2020 telah menimbulkan krisis ke berbagai aspek kehidupan.

Pemerintah berupaya cepat melakukan tindakan pencegahan antara lain dengan membuat aturan atau imbauan kepada masyarakat untuk bekerja dan belajar dari rumah, beribadah di rumah, memulai hidup sehat dengan sesering mungkin mencuci tangan dan muka, menggunakan *hand sanitizer*, mengonsumsi makanan sehat serta perbanyak olahraga, mengenakan masker, jaga jarak, dan lain sebagainya.

Aturan atau imbauan ini harus dikomunikasikan secara efektif kepada masyarakat agar dipahami dan dipatuhi.

Oleh karenanya, dibentuklah tim *public relations* (PR) yang bertugas selain mengomunikasikan aturan atau imbauan tersebut, juga untuk menjalin hubungan baik antara masyarakat dan pemerintah.

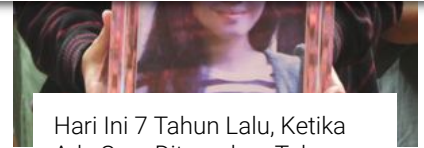
Elemen komunikasi sangat dibutuhkan di masa pandemi seperti saat ini agar penyampaian informasi menjadi efektif.

PR dituntut beradaptasi dengan cepat, berinteraksi dengan metode baru, melahirkan program yang kreatif, inovatif, dan dikemas dengan *storytelling* menyentuh hati (Putra, 1999).

Penyampaian konten yang empatif dapat menciptakan trust dan persepsi positif (Imam Suryanto, Founder/CEO Bright Up Indonesia).

Pertanyaan kepada pihak media harus dijawab dengan cepat, akurat, terbuka, dan konsisten (Coombs & Holladay, 2010).

Terlebih dengan terbatasnya interaksi dan pergerakan manusia yang ditimbulkan karena pandemi, PR juga harus memanfaatkan teknologi digital



Hari Ini 7 Tahun Lalu, Ketika Ade Sara Ditemukan Tak Bernyawa di Pinggir Tol Usai Dibunuh Mantan Pacar...



Kampung Mati di Ponorogo, Berawal dari Pembangunan Pesantren Tahun 1850 hingga Warga Pindah karena Sepi

## KOMENTAR



**Nur, Mantan Pegawai BCA, Ceritakan Awal Mula Salah**  
REGIONAL - 05-03-2021

**PalMan** tadinya marah ke "bca" sampai "kata-kata rasis dungu" keluar, si "ardi" dibela mati-matian, padahal sudah...



**Ibu yang Dilaporkan Anak ke Polisi: Saya Ketakutan, Saya**  
REGIONAL - 05-03-2021

**Andy Lim** bukan nya berusaha balas budi sudah di lahirkan, dibesarkan, disekolahkan ehhhh masih mau harap warisan...



**Hari Ini 7 Tahun Lalu, Ketika Ade Sara Ditemukan Tak**  
MEGAPOLITAN - 05-03-2021

**Yohanes Sutarto** selamat pagi Kompas. terimakasih untuk selalu meningkatkan kami. agar kami tetap bisa berbagi dalam mendidik...



**Wali Kota Tegal Abaikan Saran Gubernur untuk Cabut**  
REGIONAL - 05-03-2021

**PalMan** ini namanya "tikaman dari belakang" buat walikota..!

Close Ads X



BAGIKAN:

Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis

KOMENTAR:

orang lain di luar organisasi dengan senang hati akan memberikan pendapatnya ke media.

Hal ini tentu perlu dihindari. Oknum tersebut bisa saja memberi informasi yang tidak akurat dan tidak sesuai dengan kepentingan organisasi.

Oleh karenanya, organisasi dituntut untuk merespons krisis dengan cepat. Pesan kunci yang disampaikan oleh organisasi juga perlu memberikan isi yang akurat dan disampaikan secara konsisten.

Konsisten yang dimaksud adalah jangan sampai anggota organisasi memberikan informasi yang berbeda dengan anggota lainnya.

Semuanya harus sepakat untuk menyampaikan satu suara. Usaha untuk membentuk pesan kunci yang konsisten juga termasuk ke dalam bentuk manajemen krisis.

Memang tidak mungkin dalam situasi krisis hanya satu orang saja yang berbicara untuk mewakili perusahaan atau organisasi.

Bagaimanapun, tim komunikasi krisis harus memastikan bahwa juru bicara yang berbeda akan memberikan pesan yang konsisten.

Prinsip keterbukaan merupakan prinsip yang kontroversial. Kontroversi muncul akibat interpretasi yang berbeda terhadap pemahaman keterbukaan.

Interpretasi pertama, keterbukaan berarti orang-orang dalam organisasi (yang berwenang memberikan pernyataan) selalu siap dan bersedia berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan, terutama bahwa organisasi sangat tertutup, berusaha menyembunyikan sesuatu, atau tidak mampu menangani krisis.

Interpretasi kedua, keterbukaan adalah pengungkapan secara terbuka sepenuhnya (*full disclosure*), yakni organisasi harus mengatakan semua yang diketahui tentang krisis segera setelah mendapatkan informasi.

Kepentingan hukum terkadang merekomendasikan keterbukaan secara terbatas (*limited disclosure*) karena pengungkapan secara terbuka sepenuhnya dapat membawa organisasi ke masalah hukum dan kerugian finansial.

Organisasi sebaiknya menyeimbangkan perhatian terhadap pemangku kepentingan finansial (misal pemegang saham atau pemberi pinjaman) dengan perhatian kepada pemangku kepentingan yang mengalami kerugian akibat krisis (misal anggota komunitas, pelanggan, atau karyawan).

Selain kecepatan, keakuratan, keterbukaan dan konsistensi dalam menyampaikan informasi, salah satu tugas PR yang lain adalah mengklarifikasi pemberitaan di media yang tidak seimbang.

Pemberitaan media atau isu yang beredar bisa jadi benar atau tidak, berpotensi memengaruhi citra seseorang atau organisasi (Nova & Firsan, 2011).

PR harus memastikan komunikasi berjalan dengan baik dan solid di kalangan internal maupun eksternal (Ratna Kartika, 2020).

Jawaban *no comment* dari seorang PR tidak dapat diterima karena hal ini dapat diinterpretasikan sebagai ekspresi dari rasa bersalah, keangkuhan, ketakutan, dan melalaikan tanggung jawab.

Praktisi PR harus memiliki standar etika, kualitas, akuntabilitas, integritas, dan

**Pak Arab** saya salfo sama "biarlah bapak istirahat dengan tenang"emang bapaknya meninggal. btw,saya salut sama...

MUNGKIN ANDA MELEWATKAN INI



Seorang Pendaki Asal Wonogiri Dilaporkan Tewas di Gunung Lawu



Simak, Ini Jadwal Pengumuman Seleksi Kartu Prakerja Gelombang



[POPULER TREN] Kapan Pengumuman Penerima Prakerja Gelombang 5? |



Deretan Kejadian di Gedung Kejaksaan Agung, dari Kebakaran hingga



Teaser Perdana Film Terbaru Dirilis, Berikut Jalan Panjang Karakter

Close Ads X

BAGIKAN:

Memahami Peran Public Relations di Masa Krisis

KOMENTAR:

direksi.

Hal yang menjadi tantangan utama PR adalah ketika memberikan nasihat kepada CEO sehubungan dengan respons publik organisasi (Debra Davenport-Purdue University, 2020).

Grunig (1992) juga mengatakan bahwa PR harus memiliki perencanaan strategis dan berperan dalam pengambilan keputusan melalui pemberian nasihat kepada CEO untuk meningkatkan hubungan dengan para pemangku kepentingan.

Dengan memahami peran PR yang telah diuraikan, PR profesional harus mengembangkan ketrampilan kepemimpinan yang unggul.

Dalam situasi krisis setiap orang akan meminta nasihat, arahan, dan bimbingan dari eksekutif PR (Debra Davenport-Purdue University, 2020).

Menjadi jelas bahwa PR memiliki peran kritical dalam berbagai aspek sehingga menjadi amat strategis dan penting.

Idealnya fungsi PR adalah perpaduan fungsi manajemen dan fungsi komunikasi.

Sebagai fungsi manajemen, PR bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan reputasi perusahaan, dan sebagai fungsi komunikasi, PR mengembangkan komunikasi antara organisasi dan publik untuk menciptakan dan mempertahankan *goodwill* dan *mutual understanding public* terhadap tujuan, kebijakan, dan kegiatan organisasi (Nova & Firsan, 2011).

Siapa yang sebaiknya menyampaikan informasi di saat krisis?

Barton (2001) mengidentifikasi tim krisis dapat terdiri dari unsur PR, hukum, keamanan, operasional, keuangan, dan *human resources* (SDM).

Namun, komposisi tim ini dapat bervariasi tergantung dari sifat krisis. PR memainkan peran penting dalam mempersiapkan juru bicara untuk menangani pertanyaan-pertanyaan dari media massa.

Kondisi krisis menyebabkan media menjadi hal penting yang dapat dimanfaatkan organisasi.

Juru bicara atau *spokesperson* yang dipercaya oleh organisasi harus bertemu dengan media pada tahap awal krisis untuk menyebarluaskan informasi dan berpartisipasi dalam membongkai krisis.

Dalam *Strategy Insight Public Relations* (2020) dikatakan bahwa sebaiknya yang menyampaikan informasi atau menjadi juru bicara saat krisis adalah:

- CEO. Dalam krisis tingkat parah atau melibatkan cedera/kematian, CEO harus menjadi wakil organisasi untuk segera bertindak dan mengklarifikasi, serta menyatakan tanggung jawabnya untuk korban;
- **Public relations** (PR). PR adalah pilihan yang sangat baik sebagai wakil organisasi di jam-jam pertama saat krisis terjadi dan wartawan mulai berdatangan. Namun, PR tidak harus menjadi suara tunggal seluruh krisis. Sebaiknya orang dalam divisi PR menjadi anggota dari tim manajemen krisis, terutama saat krisis komunikasi sangat diperlukan;
- Jajaran manajemen. Jika orang PR diperlukan untuk memberikan informasi pada jam-jam pertama saat krisis, jajaran manajemen dapat

Close Ads X