Lingkar Media

Public Relations dalam Komunikasi Krisis

Amida Yusriana, Puri Kusuma Dwi Putri, Adhianty Nurjanah,
Riki Arswendi, Kheyene Molekandella Boer, Nalal Muna,
Rr. Wuri Arenggoasih, Rina Juwita, Susri Adeni

Scanned with CamScanner

PUBLIC RELATIONS
DALAM
KOMUNIKASI KRISIS

Penulis:

Amida Yusriana, Puri Kusuma Dwi Putri,
Adhianty Nurjanah, Riki Arswendi,
Kheyene Molekandella Boer,
Rr. Wuri Arenggoasih, Nalal Muna,
Rina Juwita, Susri Adeni

Scanned with CamScanner

PUBLIC RELATIONS
DALAM
KOMUNIKASI KRISIS

Penulis:

Amida Yusriana, Puri Kusuma Dwi Putri,
Adhianty Nurjanah, Riki Arswendi,
Kheyene Molekandella Boer,
Rr. Wuri Arenggoasih, Nalal Muna,
Rina Juwita, Susri Adeni

Lingkar Media
Penerbit & Distribusi

Scanned with CamScanner

Public Relations dalam Komunikasi Krisis

© Hak cipta dilindungi undang-undang

Penulis:

Amida Yusriana, Puri Kusuma Dwi Putri,
Adhianty Nurjanah, Riki Arswendi, Kheyene Molekandella Boer,
Rr. Wuri Arenggoasih, Nalal Muna, Rina Juwita, Susri Adeni

Editor:

Puri Kusuma Dwi Putri & Kheyene Molekandella Boer

Desain sampul:

LinkMed

Tata letak buku:

Linkmed

Public Relations dalam Komunikasi Krisis
Pertama kali diterbitkan 2017 oleh:
Lingkar Media
viii + 214 hlm; 14 x 20,5 cm
ISBN : 978-602-5412-06-6

Pencetak:
Lingkar Media
Perum. Gunung Sempu Jl. Menur No. 187 Bantul, Jogjakarta
Telp./WA: 085643538043
Email: lingkarmedia17@yahoo.com

Dilarang keras memfotokopi atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku tanpa seizin tertulis dari penulis/penerbit

Scanned with CamScanner

KATA PENGANTAR

Oleh: Puri Kusuma Dwi Putri

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

"It takes a lifetime to build a reputation and only a few seconds to destroy one." —Unknown

Alhamdulillahirobbil'alamin atas kemudahan yang diberikan oleh Alloh sehingga buku "*Public Relations* Dalam Komunikasi Krisis" dapat terbit di tahun 2017. Mengingat ada begitu banyak kesibukan masing-masing penulis, sehingga membutuhkan waktu dalam pengerjaannya. Buku ini merupakan karya dari penulis dengan latar belakang di bidang Ilmu Komunikasi.

Kehadiran buku ini merupakan sarana bagi penulis dalam memandang isu-isu terkait dengan fungsi *public relations* dalam melakukan manajemen Krisis. Tujuan buku ini adalah untuk memperkaya kajian *Public Relations* yang ada pada Krisis K-Pop, GoJek, Relokasi Area Parkir Malioboro, Perguruan Tinggi, Komunikasi di Masa Krisis, Tantangan Kandidat Pilpres, Pilkada Jakarta, Komunikasi Krisis, dan Peran Media. Perlu diingat bahwa *public relations* merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam menciptakan reputasi positif. Bayangkan saja kalau tidak ada *public relations.* Jika suatu perusahaan/institusi/brand sedang dilanda krisis, bagaimana manajemen krisis dapat merangkul *stakeholder* eksternal dan internal? Analisis terkait permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat pada karya ini.

Kami menyadari masih terdapat kekurangan dalam buku ini untuk itu kritik dan saran terhadap penyempurnaan buku ini sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat mendatangkan banyak manfaat dan barokah bagi akademisi, praktisi, dan siapa pun da-

Scanned with CamScanner

lam memandang peran pentingnya *public relations* dalam menja
lin komunikasi pada *stakeholder* internal dan eksternal.

Terima kasih dan barokallah kepada tim penyusun dan pi
hak-pihak yang membantu dalam penyelesaian buku ini.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Bogor, 28 Juli 201

Scanned with CamScanner

DAFTAR ISI

- Kata Pengantar v
- Daftar Isi vii

- *Hiatus*: Strategi Melawan Agenda Setting dalam Manajemen Krisis K-Pop 1
- GOJEK: Pelayanan Web 2.0 dengan Hati 27
- Pemanfaatan Media Relations Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Pengelolaan Isu (Studi Kasus: Relokasi Area Parkir Malioboro Tahun 2016) 42
- Tantangan Humas Perguruan Tinggi dalam Menghadapi Publik Internal 60
- Menjalin Komunikasi Antara *Public Relations* dan Media di Masa Krisis 82
- Isu dan Krisis sebagai Tantangan Kandidat Pilpres 2019 ... 102
- Penanganan Haters Media Sosial dalam Pilkada Jakarta: Etis Vs Humoris 133
- Komunikasi Krisis dalam Perspektif Teori Sistem dan Media 166
- Peran Media dalam Manajemen Krisis 191

- BiodataPenulis 209

Scanned with CamScanner

KOMUNIKASI KRISIS DALAM PERSPEKTIF TEORI SISTEM DAN MEDIA

Oleh: Rina Juwita

1. PENDAHULUAN

Komunikasi krisis merupakan bidang kajian yang bertumbuh pesat dalam bidang komunikasi dan organisasi lebih dari tiga puluh tahun terakhir. Kajian ini menekankan tentang bagaimana organisasi menjelaskan keberadaan mereka dengan cara terbaiknya kepada para pemangku kepentingan dan publiknya ketika sebuah krisis melanda. Baik ketika krisis tersebut disebabkan dari dalam organisasi maupun dari eksternal. Sebagaimana yang kita jumpai dalam sebagian besar kepustakaan terkait, kajian ini seringkali membahas pengalaman yang terjadi di lapangan yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana seharusnya sebuah organisasi mengelola permasalahan dan komunikasinya terkait dengan krisis yang terjadi.

Sejak awal tahun 1990 an, kajian kepustakaan tentang komunikasi krisis yang dibahas oleh para ahli lebih banyak bersifat deskriptif mengenai faktor apa saja yang menunjang keberhasilan komunikasi krisis dalam situasi tertentu. Bentuk komunikasi krisis pertama dan yang paling orisinil dalam kajian akademik komunikasi krisis adalah yang disampaikan oleh William Benoit yang menjadi rujukan banyak ahli komunikasi krisis lainnya. Benoit pada dasarnya mengacu pada teori retorika klasik tentang bagaimana mengelola berbagai pertanyaan akan perasaan bersalah yang muncul ketika krisis terjadi, yang kemudian diaplikasikan dalam komunikasi krisis organisasi. Benoit (1997) membahas mengenai lima teknik komunikasi krisis yang sering digunakan oleh praktisi komunikasi organisasi, yakni; penolakan, penghindaran diri dari

Scanned with CamScanner

tanggung jawab, pengurangan sifat defensif atas peristiwa yang terjadi, tindakan korektif, dan mortifikasi (permohonan maaf atas permasalahan yang terjadi).

Salah satu lainnya yang dikenal secara luas adalah pemikiran Timothy Coombs yang membahas tujuh jenis komunikasi krisis. Daftar tindakan yang dibahas oleh Coombs memiliki kesamaan dengan apa yang dimiliki oleh Benoit; tetapi pendekatan yang dimiliki Benoit lebih berorientasi pada pengirim pesan, sedangkan pemikiran Coombs lebih berorientasi pada penerima pesan (Coombs, 2006; Johansen & Frandsen, 2007). Meskipun kajian komunikasi krisis telah dikaji oleh banyak akademisi, tetapi kiranya bidang keilmuan ini masih memiliki landasan sosiologis yang belum begitu kuat. Dikatakan demikian karena sejauh ini masih minim sekali elaborasi pemikiran terkait dengan konsep dasar sosial; seperti resiko, kepercayaan, konflik, opini publik, media massa, media sosial atau bahkan komunikasi dalam pembahasannya.

Disinilah kiranya teori sistem sosial Luhman dapat digunakan sebagai dasar (meskipun bukan satu-satunya) untuk menguatkan landasan teoritis komunikasi krisis, karena teori sistem yang dibawa oleh Luhman berdasar kuat pada pendekatan komunikasi. Pengamatan sosiologis terkait kajian komunikasi krisis tersebut kiranya bisa difungsikan untuk melengkapi serta memberikan kedalaman dan ketajaman teoritis. Bahkan membantu untuk menjauhkan kajian ini dari dominasi daftar preskriptif tentang apa yang harus dilakukan semata untuk menghindari tanggung jawab atas masalah yang terjadi saat muncul krisis dalam organisasi.

Melihat krisis yang terjadi antara organisasi dan dunia sosial sekitarnya dengan menggunakan kerangka berpikir teori sistem kiranya bisa membantu melintasi batas dan mencermati bagaimana sebuah organisasi beradaptasi terhadap lingkungan dan menjadikan hal tersebut sebagai pelajaran, sesuatu hal yang mampu

Scanned with CamScanner

memperkaya pengetahuan baik itu bagi sudut pandang organisasi maupun juga masyarakat sekitarnya. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Habermas bahwa sebuah komunikasi efektif merupakan salah satu bentuk komunikasi yang bersifat instrumental dan/atau strategis. Hal tersebut nampaknya merupakan pemikiran fundamental yang mendasari kajian komunikasi krisis, yakni jika sebuah organisasi mampu mengelola komunikasinya secara efektif maka organisasi tersebut akan memiliki kemampuan mengatasi krisis apapun dengan tetap menjaga reputasinya.

Oleh karena itu, tulisan ini dengan segala keterbatasannya, mencoba membangun landasan teori yang bersifat melengkapi berbagai kajian implementatif dengan mengacu pada sejumlah konsep yang ditawarkan oleh Luhman. Pemikiran ini tentunya tidak dapat berdiri sendiri, tetapi merupakan suplemen yang bersifat melengkapi dengan menggunakan konsep teori sistem guna mengantisipasi adanya simplifikasi kajian komunikasi krisis yang selama ini banyak ditawarkan agar bisa mencapai komunikasi efektif dalam perkembangan masyarakat sosial global.

2. KAJIAN PUSTAKA

Luhman mengatribusikan doktrin terkait kontradiksi terhadap imunologi sistem dalam teorinya. Sistem sosial dianggap bukannya memberikan perlindungan terhadap perubahan yang terjadi, tetapi justru melawan perilaku yang tidak lagi memadai bagi keberlangsungan lingkungan; *'the immune system protects not structure but autopoesis, the system's closed self-reproduction'* (Luhmann, 1995: 370). Menurutnya, sebuah konflik muncul ketika sebuah kontradiksi dikomunikasikan. Sehingga konflik mencuat ketika proses komunikasi menerima keberadaan kontradiksi yang terjadi dalam organisasi tersebut dan melakukan pembantahan terhadap hal tersebut; atau dengan kata lain ketika sebuah elemen komunikatif dihubungkan dengan elemen komunikatif lainnya de-

Scanned with CamScanner

ngan melakukan penyangkalan akan hal tersebut. Hal ini tidak sekedar berkaitan dengan kepentingan yang berbeda tetapi lebih kepada proses komunikasi yang menimbulkan konflik. Menurut Luhman, setiap proses komunikasi memproduksi bifurkasi antara penerimaan dan penolakan terhadap tawaran makna yang diberikan sehingga konflik dan kesepakatan secara terus menerus diproduksi sebagai alternatif proses komunikasi (Elderb-Vass, 2007).

Sebuah penolakan juga terkadang memperuncing kondisi yang ada dan bahkan memprovokasi serta mendorong seseorang untuk melihat pihak lain sebagai oposisi. Agar tercapai keselarasan dengan pihak lain secara komunikatif sebagaimana seorang oponen menghadirkan konflik dan sebagaimana sistem didorong oleh berbagai kemungkinan negatif maka menurut Luhmann; *'I will not do what you want if you do not do what I want'* (Luhmann, 1995: 73). Seseorang dapat bertindak secara agresif, defensif, atau bahkan protektif, memberikan orang lain pilihan kemungkinan lain yang sifatnya terbatas, misalnya untuk membentuk koalisi dan mencari sumber daya lain sebagai upaya untuk melakukan resistensi. Maka ketika konflik muncul, sistem akhirnya mengambil alih sementara proses *autopoiesis*[1] atau keberlangsungan suatu proses komunikasi (Luhmann, 1995). Dengan cara ini, konflik dianggap sebagai bagian dari sistem sosial yang terbentuk dari kesempatan yang diberikan dalam sistem lainnya dan bukan dalam bentuk subsistem tetapi dalam bentuk parasit.

Untuk sementara waktu kondisi tersebut menarik semua perhatian dan aktivitas komunikasi kedalampusaran konflik yang menahan keberadaan sistem induknya. Sistem yang sedang berkonflik bersifat sangat integratif karena kondisi tersebut menarik

[1] Istilah autopoiesis berasal dari bahasa Yunani yang bermakna 'diri' yang berarti proses penciptaan, produksi yang mengacu pada kemampuan sistem untuk mereproduksi dan mempertahankan keberadaanya sendiri.

Scanned with CamScanner

semua tindakan kedalam konteks oposisi didalam perspektif oposisi itu sendiri (Luhmann, 1995). Oleh karena itu kemudian Luhmaan menekankan hal ini sebagai sebuah definisi integrasi formal yang menyatakan bahwa 'integrasi merupakan sebuah upaya pembatasan akan kebebasan seseorang', dan secara jelas melihat konflik sebagai sesuatu yang sebenarnya bersifat mengintegrasikan; 'Bagi seorang oponen, sebagai seorang musuh, seseorang yang berada dalam konflik memiliki alternatif kemungkinan yang lebih sedikit, lebih sedikit pilihan perilakunya; sehingga orang tersebut haruslah berhati-hati, harus mempertimbangkan bagaimana mempertajam 'senjata' yang dimilikinya sendiri, dan bagaimana menumpulkan 'senjata' lawan, bagaimana melindungi diri sendiri, bagaimana mencegah dan bagaimana menyerang'.

Konflik tersebut perlahan akan mati dan menghilang ketika tidak lagi bisa mengundang kontribusi, ketika semua kontributor lelah dan merasa bosan untuk berargumentasi dan berhenti mengambil tindakan seiring dengan perjalanan waktu dimana individu yang terlibat mulai tergerak untuk membahas tema lainnya (Luhmann, 1995). Dengan demikian, konflik merupakan bagian dari proses komunikasi dalam sebuah sistem sosial dan berfungsi sebagai imunitas melawan kemungkinan berhentinya proses autopoiesis yang dijalankan sistem (Luhmann, 1995). Proses peradilan kemudian memainkan peran khusus, di satu sisi untuk meningkatkan peluang konflik dan di satu sisi lainnya secara terus menerus bekerja melawan penyelesaian kekerasan konflik. Bagi Luhmann, konflik memainkan peran penting dalam dunia sosial, yakni sebagai sistem imunitas meskipun di saat yang sama jelas bahwa konflik juga memiliki efek yang bisa menghancurkan sistem induknya. Hal ini dikarenakan konflik tentunya menguras sumber daya dan perhatian sistem induk dimana hubungan antara mereka yang berkonflik bisa bersifat merugikan.

Scanned with CamScanner

Menurut Frandsen dan Johansen (2007) komunikasi krisis sendiri didefinisikan sebagai sebuah krisis yang bersifat ganda; pertama karena publik mengamati sesuatu yang dianggap sebagai sebuah krisis sebagai sesuatu yang berjalan dengan salah, sehingga kemudian organisasi melakukan pertahanan bagi keberadaannya secara retoris yang disebut dengan komunikasi krisis. Disini penulis mendefinisikan sebuah krisis sebagai sebuah pengamatan eksternal sistem, pengamatan mengenai lingkungan sekitar organisasi yang dibuat oleh para kontributor komunikasi yang memperingatkan komunitas akan terjadinya sebuah fenomena yang harus ditindaklanjuti terkait dengan kejadian tersebut. Fenomena tersebut bisa berupa bencana alam, kecelakaan yang terjadi ketika operasional organisasi, pelecehan yang bersifat SARA, ataupun juga pelanggaran peraturan hukum yang berlaku.

Dari contoh tersebut, krisis bisa berupa peristiwa komunikatif yang bersifat internal, sebuah indikasi komunikatif peristiwa eksternal yang terjadi pada sistem yang diamati (dikomunikasikan) sebagai sebuah krisis. Kemudian, krisis juga dapat menyebabkan konflik jika kontribusi komunikatif dikaitkan dengan elemen komunikatif baru yang bersifat kontradiktif (menegasikan) tentang upaya penanganan krisis tersebut oleh seseorang atau suatu organisasi. Jika kesiapan darurat terkait dengan suatu bencana (semburan lumpur misalnya) dikritisi, atau jika tahapan-tahapan yang diambil oleh organisasi terkait dengan kecelakaan operasional kerja (misalnya kecelakaan pendaratan pesawat terbang) dikritisi, dan komunikasi yang terjadi secara terus-menerus menarik kontribusi komunikasi maka konflik muncul sebagai bagian dari sistem autopoietik tersebut. Kasus pelecehan terkait dengan SARA dalam perspektif ini jug adapat dilihat sebagai elemen komunikasi pertama dimana komunikasi tentang 'penolakan' terhadap kejadian tersebut merupakan kontradiksi yang melahirkan konflik terkait pelecehan kasus tersebut (krisis SARA) sebagai ba-

Scanned with CamScanner

gian dari sistem autopoietik. Hal ini jelas memperlihatkan bagaimana konflik mengintegrasikan pernyataan apapun terkait dengan krisis dalam konflik, dan bagaimana semua kontributor dipaksa mengurangi pilihannya (sebagaimana dalam konflik Irak, dimana secara jelas dinyatakan oleh George Bush *'you're either with us, or against us'*). Pertanyaannya kemudian sekarang adalah bagaimanakah lansekap sosial dimana kemunculan sistem konflik tersebut diproduksi dan direproduksi dapat diobservasi dengan baik?

3. PEMBAHASAN

Resiko dan Kemunculan Konflik

Untuk memperjelas ruang kebebasan tindakan organisasi, marilah kita mempertimbangkan apa yang dimaksud dengan konsep resiko. Luhmann mendefinisikan resiko dengan cara membedakannya dengan konsep bahaya yang seringkali dilihat sebagai oposisi dari konsep resiko(La Cour & Phillipopoulos-Mihalopoulos, 2013). Perbedaan ini menyiratkan bahwa ketidakpastian muncul terkait dengan hilangnya masa depan yang memberikan dua kemungkinan; jika potensi kerugian dianggap sebagai konsekuensi dari sebuah keputusan maka artinya kita berbicara tentang resiko karena kerugian tersebut dianggap sebagai bagian dari keputusan; sementara di sisi lain, jika potensi kerugian dianggap disebabkan oleh faktor eksternal dimana kerugian tersebut dianggap disebabkan oleh dunia luar maka artinya kita berbicara mengenai bahaya.

Seseorang bisa saja dianggap selalu berada dalam kondisi berbahaya; tetapi tentunya orang tersebut bisa memutuskan tindakannya sendiri meskipun hanya dalam konteks bahwa tindakannya tersebut menempatkan dirinya dalam situasi bahaya tertentu. Misalnya, orang tersebut memilih untuk berjalan-jalan di jalan umum ketika orang lainnya memilih untuk pulang kerumah

Scanned with CamScanner

dan meninggalkan pekerjaannya, dan ketika kepalanya tertimpa bahan bangunan maka hal tersebut disebut sebagai berbahaya dan beresiko, dimana setiap kita harus memilih antara dua kemungkinan yang sama.

Perbedaan antara resiko dan bahaya memungkinkan kita memilih alternatif atas dua sisi kemungkinan yang sama tetapi tidak pada saat yang bersamaan. Memilih resiko yang bisa timbul memungkinkan kita untuk melupakan bahaya yang ada sebagaimana pilihan bahaya membuat kita mungkin melupakan keuntungan yang ditawarkan oleh keputusan yang penuh resiko, hal yang menjadi alasan mengapa organisasi selalu ingin diobservasi (dinilai) terkait dengan keputusan yang diambil. Organisasi merupakan sebuah sistem yang terdiri dari berbagai keputusan komunikasi (Seidl & Becker, 2006; La Cour & Phillipopoulos-Mihalopoulos, 2013) sehingga sejumlah keputusan yang dimiliki oleh organisasi tersebut memiliki resiko yang karena sesuatu hal mungkin saja terabaikan dimana di kemudian hari ternyata berkembang menjadi sebuah krisis.

Komunikasi krisis dilakukan ketika keputusan organisasi (terkait kalkulasi resiko) berpotensi bahaya dalam pengamatan pihak lain, yang kemudian dikomunikasikan sebagai sebuah krisis dan harus dipertimbangkan oleh organisasi sebagai sebuah konflik antara organisasi dan mereka yang mengkritisinya. Manajemen resiko sendiri merupakan tahapan kedua dimana organisasi harus memilih suatu keputusan dengan mempertimbangkan kerugian yang mungkin timbul. Hal ini harus dipertimbangkan karena masa depan tidak dapat diprediksi sehingga dengan demikian harus terefleksikan dalam komunikasi keputusan yang diambil. Sistem imunitas internal organisasi sendiri harus tetap utuh untuk memungkinkan munculnya konflik internal yang dijalankan kemudian, dan berguna untuk mengurangi perilaku yang tidak lagi sesuai.

Scanned with CamScanner

Namun cara apapun yang ditetapkan oleh organisasi untuk mengurangi ketidakpastian; misalnya keputusan kolektif, penjelasan kegiatan, penggunaan ahli eksternal, atau pembentukan departemen khusus internal dan sebagainya; kesemua itu tidak bisa menghasilkan apapun kecuali sekedar untuk mempertahankan keputusan yang diambil dengan melakukan segala hal untuk memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Hal tersebut sebenarnya merupakan suatu ilusi yang resikonya tetap mungkin berada di dalam kontrol organisasi.

Dalam konteks perspektif resiko, konflik muncul dalam organisasi yang memiliki bagian yang berfungsi untuk bertindak sebagai sistem imunitas ketika keputusan (resiko) dianggap sebagai suatu ancaman bagi keberadaan organisasi. Demikian juga dengan konflik yang muncul antara organisasi dan dunia sosial eksternalnya, ketika keputusan organisasi (perilaku yang mengandung resiko) dianggap sebagai hal yang berbahaya oleh sistem sosial yang dilihat sebagai bagian dari aktivitas sistem imunitas dalam tubuh masyarakat. Organisasi dengan sistem imunitas yang kuat menurut perspektif ini akan lebih bisa beradaptasi terhadap konflik dan perubahan, daripada sistem yang bersifat kurang konfrontatif. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa organisasi dengan sistem imunitas yang lemah berada pada terpaan resiko yang lebih tinggi terhadap sistem imunitas sosial daripada sistem yang mampu bersifat reflektif, sehingga organisasi sebetulnya harus mampu mengelola dan bahkan mungkin menginisiasi sendiri konflik internal tersebut.

Kepercayaan dan Kemunculan Konflik

Kepercayaan merupakan konsep penting lainnya terkait dengan komunikasi krisis karena di satu sisi hal tersebut digunakan organisasi sebagai upaya untuk mendapatkan kepercayaan, dan di sisi lainnya untuk menjadikan kepercayaan tersebut sebagai bagi-

Scanned with CamScanner

an dari keputusan itu sendiri. Misalnya saat organisasi berupaya memunculkan opini publik tertentu dimana kemudian kelompok eksternal datang untuk menyelamatkan dan/atau memberikan simpatinya dengan pernyataan krisisnya. Konsep reflektif tentang kepercayaan tersebut menurut Luhman (2000; Lee, 2000) dimaknai sebagai kepercayaan diri.

Kedua konsep tersebut mengacu pada pengharapan yang bisa mendorong munculnya kekecewaan. Kepercayaan diri merupakan hal yang paling umum dalam kehidupan, misalnya bahwa mobil yang kita kendarai tidak rusak, atau seseorang tidak mungkin akan difitnah begitu saja di media massa terkemuka. Kita pribadi tidak mungkin bisa memikirkan semua hal terkait organisasi dan anggota yang ada di dalamnya karena kita memiliki rentang perhatian yang terbatas. Sehingga keputusan organisasi akan kehilangan aktualitasnya dan kemudian menjadi sekedar rutinitas semata.

Jika kita tidak mempertimbangkan alternatif lainnya ketika mengambil keputusan, maka hal tersebut terkait dengan masalah kepercayaan diri karena bagaimanapun kepercayaan hadir ketika muncul sebuah situasi yang beresiko (refleksifitas). Jika seseorang memilih suatu tindakan tertentu dan bukan tindakan lainnya yang dikarenakan kemungkinan adanya kekecewaan oleh pilihan lain tersebut, artinya kita memiliki masalah mengenai kepercayaan. Dalam kasus kepercayaan diri ini, seseorang akan bereaksi terhadap kekecewaan yang muncul melalui atribusi eksternal yang dimilikinya. Dalam konteks kepercayaan, seseorang harus mempertimbangkan atribusi internal dan kemungkinan munculnya penyesalan atas pilihan kepercayaan yang dibuat. Namun hal tersebut tidak semata terkait dengan kalkulasi kemungkinan tetapi mengenai apakah kekecewaan tersebut dipengaruhi oleh pilihan yang pernah diambil sebelumnya (Luhmann, 1995; 2000).

Scanned with CamScanner

Tidak ada fungsi kepercayaan yang bersifat independen dalam sistem, tetapi dalam sebuah masyarakat yang berbeda secara fungsional semua fungsi sistem tergantung pada kepercayaan sebagai respon terhadap resiko dan ketidakpastian yang disebabkan oleh bentuk komunitas yang ada. Terdapat banyak pilihan untuk mewujudkannya tapi tidak ada satupun yang bersifat pasti karena masa sekarang tidak akan bertransformasi menjadi masa depan yang dibentuk secara sama (Luhmann, 2000). Jika seseorang diberi tanda akan munculnya kepercayaan tersebut maka hal tersebut bisa saja menjadi kepercayaan terhadap ketidakpercayaan. Misalnya saja sebuah keluarga sering berjalan-jalan di sebuah kebun binatang, artinya keluarga tersebut memiliki hubungan spesial yang terbentuk tanpa disadari dengan kebun binatang tersebut, Namun kemudian mereka membaca di suratkabar bahwa pengurus kebun binatang kerap berperilaku dengan cara yang tidak dapat diterima oleh keluarga tersebut, yang kemudian menjadikan keluarga ini memutuskan untuk berhenti datang ke kebun binatang itu. Kepercayaan keluarga ini terefleksikan dalam hubungannya dengan kebun binatang tersebut dan kemudian mengubah hubungan spesial yang dimilikinya terkait dengan hubungan yang pada mulanya dipenuhi kepercayaan yang kemudian berubah menjadi ketidakpercayaan. Maka penting kiranya bagi kebun binatang tersebut untuk memikirkan upaya bagaimana caranya mendeskripsikan diri mereka lagi sedemikian rupa untuk memenangkan kembali kepercayaan keluarga tersebut agar mereka kembali lagi berkunjung seperti dahulu.

Luhmann (2000) menghubungkan pencapaian kepercayaan dengan representasi diri, sebagaimana sejarah reseprentasi diri yang ditunjukan oleh seseorang secara konsisten dari waktu ke waktu akan mampu meraih kepercayaan tersebut *'he who stands by what he has allowed to be known about himself, whether consciously or unconsciously, is worthy of trust'* (Luhmann, 2000: 99).

Scanned with CamScanner

Kepercayaan berhubungan dengan representasi diri dan rasa keterikatan yang terus menerus dimiliki oleh seseorang berdasar atas sejarah representasi diri yang dimilikinya. Dalam lingkungan yang bersifat dinamis, secara harfiah hal ini tidak berarti bahwa seseorang tetap menjadi orang yang sama seperti biasa tetapi lebih pada bahwa orang tersebut berhasil beradaptasi terhadap lingkungan yang dinamis dengan cara yang sama dan stabil. Sehingga kemudian ketika orang tersebut harus beradaptasi sesuai dengan keterbatasan yang diterimanya dan menunjukan keberlangsungan perilakunya dalam kondisi yang sulit dan terus berubah (Luhmann, 2000), dimanakrisis dalam sistem muncul dan melumpuhkan bagian-bagian dari dunia sekitarnya membuatia kehilangan kepercayaan diri dengan organisasi tersebut, dan memilih untuk tidak percaya lagi.

Dengan mempertimbangkan semua konsep konflik, resiko dan kepercayaan diatas, organisasi selalu harus mempertimbangkan komunikasi krisis ketika memutuskan sesuatu. Keputusan yang diambil harus bisa dipertahankan dengan mempertimbangkan resiko krisis yang mungkin hadir di kemudian hari dengan sedemikin rupa yang membuktikan bahwa organisasi menjaga kepercayaan para pemangku kepentingannya. Ketika kemunculan krisis diamati dari perspektif kepercayaan, maka sejarah organisasi terkait presentasi diri dan nilai menjadi terlihat serta mengalami evaluasi terkait dengan opini di masa sekarang, agar terjadi kesesuaian organisasi dengan nilai-nilai tersebut. Tentunya organisasi tidak mungkin mengetahui secara pasti keberadaanya di masa depan tetapi secara ajeg bisa melakukan reaktualisasi keputusannya serta mempertimbangkan hal yang harus difokuskan sesuai dengan keadaan lingkungan sosialnya di masa sekarang. Selain itu, organisasi bisa mengelola hal tersebut sesuai dengan prinsip manajemen nilai untuk menunjukkan kesesuaian sejarah pre-

Scanned with CamScanner

sentasi diri yang memungkinkannya untuk mempertahankan tindakan yang diambil saat ini di masa yang akan datang.

Organisasi dan Fungsi Sistem

Faktor pengambilan resiko dan masalah kepercayaan memberi keuntungan tersendiri pada tingkatan sosial meskipun bersifat sementara. Dalam mode resiko, berbagai kemungkinan tidak bisa teruji tanpa mengambil resiko dan dengan cara dimana tidak seorang pun mengetahui secara pasti apakah hal tersebut akan berhasil atau tidak. Ketika resiko diambil dan berhasil, maka struktur sosial baru akan dihasilkan dan berbagai kemungkinan baru tercipta; sehingga untuk sementara investasi dalam bentuk pengobatan baru akan menjaga kondisi tubuh tetap hidup, kondisi fisik bahagia dan menjadikan organisasi yang mengambil resiko tersebut mendapat profit dan memperoleh reputasi positif.

Masyarakat modern dibangun berdasar atas kepercayaan, yakni percaya pada nilai uang, percaya pada hasil-hasil penelitian ilmiah dan terhadap kekuatan politik yang sah (Luhmann, 2000). Selain itu masyarakat juga memerlukan kepercayaan untuk menyimpan uangnya di bank, menitipkan anak-anaknya di sekolah, membiarkan raganya di tengah arus lalu lintas yang ramai, dan sebagainya. Semua kepercayaan dan resiko tersebut memerlukan reflektifitas, yakni kesadaran dan komunikasi mengenai beragam alternatif pilihan dengan berbagai konsekuensinya. Organisasi memiliki keterkaitan besar dengan sistem ekonomi karena hal tersebut merupakan hal yang penting untuk diperhitungkan; seperti sekolah dengan sistem pendidikannya karena hal tersebut terkait dengan pengajaran/pembelajaran dan ujian, serta partai bagi sistem politik sebagaimana hal tersebut terkait dengan pemberian suara yang bisa menentukan kekuasaan.

Namun demikian, dalam masyarakat yang berbeda secara fungsional sebuah organisasi harus mampu berkomunikasi de-

Scanned with CamScanner

ngan masyarakat yang beragam secara simbolis melalui berbagai media komunikasi yang ada. Misalnya ketika mencoba menyampaikan dampak yang mungkin dihadirkan oleh sebuah produk baru, ketika mencoba merekrut kandidat yang tepat, dan juga dalam sistem judisial ketika perusahaan mencoba bertahan di sisi yang dibenarkan oleh hukum. Berdasarkan hal ini, organisasi kemudian membangun kompleksitas internalnya dalam berbagai divisi dan posisi agar mampu berkomunikasi dengan berbagai fungsi sistem. Hal ini juga berarti bahwa setiap orang dan organisasi yang ingin terlibat dalam masyarakat modern harus mampu mengelola fungsi sistem dan prinsip-prinsipnya. Dimana hal tersebut merupakan oposisi terkait dengan keberadaan organisasi yang terbuka pada dimensi fakta sehingga harus bisa berkomunikasi dengan semua jenis media komunikasi simbolis, tetapi sebaliknya bersifat tertutup dengan dimensi sosial sehingga kemudian hanya anggotanya yang dapat berkontribusi pada komunikasi yang berjalan.

Media Massa dan Kemunculan Konflik

Media massa yang dianggap Luhmann (2000) sebagai sebuah sistem fungsional merupakan bagian penting dalam lansekap sosial yang menjadi wadah observasi bagi kemunculan krisis dalam sistem dan komunikasi krisis organisasi. Buku Luhmann mengenai media massa yang berjudul *'The reality of the mass media'* memiliki makna ganda, dimana media massa dianggap menciptakan baik itu sebuah realitas (yang diterima masyarakat sebagai realitas biasa) dan juga media yang memiliki realita atau isu-isunya sendiri. Media massa tidak hanya melampaui realitas tetapi menciptakan realitas yang kemudian disajikan kepada audiens. Luhmann (2000) mendefinisikan media massa sebagai semua bentuk institusi kemasyarakatan yang memanfaatkan salinan teknologi untuk menyebarkan komunikasi. Media massa merupakan

Scanned with CamScanner

manufaktur mekanis sebuah produk yang bekerja sebagai pembawa pesan komunikasi. Sistem media massa memisahkan dirinya dari komunikasi lain dengan mengesampingkan interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan mealui intervensi teknologi. Untuk menerbitkan sebuah surat kepada editor suratkabar misalnya harus melalui seleksi yang dilakukan oleh suratkabar itu sendiri. Sistem media massa memiliki generalisasi simbolik media komunikasinya sendiri dimana informasi dan kode yang dimilikinya bisa merupakan informasi atau juga bukan yang dikelola menurut program dan keputusannya masing-masing.

Sistem media massa terdiri dari sejumlah kelembagaan seperti penerbit, suratkabar dan stasiun televisi yang secara internal menentukan apa yang dimaksud dengan informasi dan apa yang seharusnya disebarkan. Terdapat perbedaan yang sangat luas antar suratkabar, misalnya terkait dengan apa yang dianggap sebagai informasi yang memiliki nilai. Organisasi yang merasa perlu memunculkan keberadaannya di masyarakat kemudian harus terhubung dengan media massa tersebut. Namun demikian, lembaga media menentukan dan melakukan seleksi sendiri kondisi organisasi yang bagaimana dan seperti apa yang akan dipublikasikan serta bagaimana melakukan pembingkaiannya.

Media massa merupakan salah satu kontributor yang paling antusias terhadap konflik yang terjadi didalam suatu sistem dan terkadang merekalah yang melakukan inisiasi konflik tersebut. Dengan kata lain, kebanyakan media massa menganggap memiliki informasi yang bernilai jika hal tersebut bisa memberikan manuver atau menunjukan bahwa sebuah lembaga berada dalam posisi berbahaya. Jika komunikasi krisis organisasi tersebut disebarluaskan melalui informasi media massa tertentu maka lembaga yang bersangkutan harus memenuhi apa yang disebut dengan standard kriteria nilai informasi yang ditetapkan oleh media massa tersebut.

Scanned with CamScanner

Dengan diperkenalkannya media elektronik, masyarakat semakin menuntut adanya transparansi dibandingkan waktu sebelumnya (Meyrowitz, 1985). Bagi banyak organisasi, hal tersebut tidak hanya berarti kesempatan komunikasi yang lebih baik tetapi juga makin meningkatnya terpaan terhadap apa yang tersimpan di belakang panggung selama ini, dan bahkan membuat keputusan yang mereka ambil lebih rentan untuk diamati. Hal ini membuat komunikasi organisasi menjadi semakin beresiko, sehingga memaksa perlunya presentasi diri yang lebih baik lagi terkait dengan isu-isu keberlanjutan, etika, lingkungan kerja psikososial, kepemimpinan, pelayanan, dan sebagainya dimana hal tersebut dianggap terkait dengan keputusan organisasional. Keputusan yang diambil akan selalu dievaluasi secara restropektif oleh publik dan kemungkinan akan jarang sekali mempertimbangkan informasi bagaimana yang sebenarnya dapat mendorong munculnya keputusan yang beresiko tinggi, tetapi sebenarnya merupakan sesuatu yang dipahami dengan baik hanya dipermukaannya saja ketika keputusan tersebut diambil (La Cour & Philippopoulos-Mihalopoulos, 2013). Apa yang kemudian dikomunikasikan oleh organisasi (misalnya merek, nilai dan tujuan) dievaluasi terkait dengan apa yang sebenarnya dilakukan yang kemudian akan dilihat sebagai sesuatu yang diputuskan.

Kemunculan Krisis dan Opini Publik

Publik sendiri harus dipahami sebagai suatu komunitas yang terfragmentasi dan bukan sekedar salah satu bentuk diskursif besar masyarakat yang menyebar di seluruh dunia dalam berbagai sistem sosial dan platform media yang berbeda (Habermas, 1984; 2006). Hal ini berarti penerimaan organisasi oleh masyarakat tidak mungkin bersifat homogen sehingga para pemangku kepentingan tidak akan terbentuk sebagai sebuah kelompok tunggal. Konsep opini publik sendiri menurut Luhmnn dideskripsikan se-

Scanned with CamScanner

bagai sejumlah pandangan tertentu yang membentuk batasan antara publik dan privat (Ihlen, Van Ruller & Fredriksson, 2009; Hartley & Chatterton, 2015). Sesuatu yang diamati sebagai masalah publik bisa didiskusikan secara terbuka karena terkait dengan kepentingan umum. Pertama, bahwa misalnya suatu batasan digambarkan tergantung bagaimana suatu perusahaan menjalankan bisnisnya. Kedua, bahwa batas tersebut dilampaui, ketika misalnya perusahaan menjual herbisida di Asia yang ternyata dilarang di wilayah Uni Eropa.

Opini publik merupakan subyek tentang kepentingan umum dan apa yang menjadi kepentingan masyarakat yang tidak jarang memicu hadirnya konflik. Opini publik bisa membuat perubahan tematik, misalnya dari isu ekonomi ke isu moral; contohnya tentang maraknya industri sawit dan batubara yang merupakan bisnis yang berorientasi profit tetapi juga merupakan industri yang tidak jarang melanggar moral ketika pengelolaan limbahnya tidak sesuai dengan prosedur dan dilakukan oleh para pekerja yang tidak memenuhi standar kesehatan dan keselamatan lingkungan.

Opini publik tidak dapat dikalkulasikan di awal sehingga sulit untukmengetahui apa yang akan terjadi atau bagaimana kejadiannya nanti, atau bagaimana fluktuasinya kemudian. Misalnya tentang masalah yang terkait dengan kasus minoritas yang maju di Pilkada yang dianggap tidak mewakili aspirasi penduduk mayoritas, tetapi kemudian berubah menjadi pembahasan tentang minoritas dan mayoritas tanpa mengingat kontribusi yang mereka berikan pada masyarakat luas. Maka, berdasarkan hal ini, Dirk Baecker (dalam Laermans, 2011) mendefinisikan opini publik sebagai keputusan yang tidak dapat begitu saja diputuskan. Opini publik merupakan pandangan khusus yang berosilasi antara mengamati sesuatu dan mengamati sendiri, yakni dimana segera setelah upaya pengungkapan sesuatu sebagai sebuah opini publik sehingga publik mulai mengamati hal tersebut; yakni apakah hal

Scanned with CamScanner

tersebut terlalu klise, atau apakah sudut pandangnya sudah tepat. Hal ini kemudian didengung-dengungkan oleh media massa, yakni bagaimana hal tersebut dikomunikasikan, sebagaimana hal tersebut dibingkai, dan sebagainya di media elektronik.

Konflik mengalir begitu cepat dari genggaman organisasi dan dengan segera menjadi opini masyarakat dan menjadi bahan diskusi dan berimplikasi pada terbentuknya opini publik. Sebagaimana opini publik bisa memicu kemunculan konflik, opini publik juga bisa berhenti berkontribusi terhadap konflik yang ada setelah sementara waktu yang kemudian berakibat pada berhentinya proses atopoiesisnya. Hal ini misalnya terkait dengan pergeseran tema, atau terjadi pergeseran dari pengamatan eksternal ke pengamatan diri, atau sekedar dikarenakan munculnya krisis yang lebih baru dan lebih menarik perhatian opini publik lainnya. Organisasi dapat belajar dari semua konflik, baik itu yang besar dan berlangsung lama, atau yang kecil dan hanya berlaku sebentar saja dengan selalu melakukan observasi diri, membiarkan organisasi mengamati dirinya sendiri dan lingkungannya seiring dengan perkembangan masyarakat luas.

Kemunculan Krisis dan Media Sosial

Pada umumnya, media digital dan khususnya media sosial memiliki struktur interaktif bagi terlaksananya komunikasi yang membedakannya dari media massa lain. Di media sosial, setiap orang yang memiliki akun misalnya di twitter dan facebook, dapat berpartisipasi dalam proses komunikasi. Hal ini berarti bahwa arena retorika pada saat sekarang ini lebih bersifat inklusif daripada masa sebelumnya. Ada sejumlah besar contoh dimana para konsumen yang mencoba melakukan klaim terhadap perusahaan tapi tidak mendapatkan penyelesaian apapun kemudian memulai kampanye yang mampu memicu konflik sistem melalui media

Scanned with CamScanner

sosial dengan membeberkan ketidakadaan respon yang didapatkan dari perusahaan tersebut.

Meskipun arena retorika di masa sekarang ini jauh lebih besar dan jauh lebih inklusif tapi tidak berarti bahwa kita mengetahui secara pasti mekanisme atau hukum yang disebut Jenkins, Ford dan Green (2013) dengan *'spreadability'* yang dalam penggunaan biologismenya telah berkembang secara viral. Baik itu bagi perusahaan maupun masyarakat, dimana media sosial berarti ambivalensi sosial karena kita tidak benar-benar mengetahui infrastruktur komunikasinya, seperti misalnya algoritme yang memutuskan penyebaran pesan (Fuchs, 2008; Graf, 2016). Konten yang berhasil menyebar di internet entah bagaimana harus bisa menarik minat, menjadi sesuatu hal yang membuat orang lain merasa bahwa mereka mendapatkan sesuatu dari hal tersebut seperti misalnya modal sosial atau identitas sosial sehingga akan membuat mereka menekan tombol *'like'*, *'share'*, atau melakukan *'retweet'* konten tersebut. Dengan membandingkan revolusi media saat ini dengan revolusi media sebelumnya, maka masalah mendasarnya adalah norma lingkungan media baru ini tidak berkembang di periode awal dikenalkannya media baru. Sehingga norma kemasyarakatan tentang bagaimana berkomunikasi di masa sekarang ini masih belum sepenuhnya berkembang.

Pada saat hal tersebut muncul, media baru hanya merupakan opini publik yang tidak diprediksi keberadaannya. Kita tidak bisa memastikan tentang kriteria interaksi masyarakat awam di media sosial. Namun di masa sekarang ini kita tahu bahwa melakukan komunikasi dalam kondisi lingkungan yang tidak bisa diprediksikan seberapa jauh pesan yang dikirim akan diterima, siapa yang akan menerimanya atau kapan mereka akan menerimanya jikalaupun mereka menerima semua pesannya merupakan hal yang penuh resiko. Meskipun organisasi menerima resiko tersebut dengan tidak selalu merespon secara positif komplain yang

Scanned with CamScanner

diterima di media sosial, si pemberi komplain pun tidak mengetahui secara pasti jika orang lain akan mendukungnya, sekedar melihat atau bahkan mengacuhkan hal tersebut. Di sisi lain, organisasi tidak mengetahui jika sebuah komplain akan menggema di media sosial dan bisa berkembang menjadi sebuah krisis.

Komunikasi Krisis dan Media Sosial

Coombs dan Holladay (2012) mencoba menggunakan konsep para-krisis (*paracrisis)* untuk membingkai masalah guna membantu organisasi berlabuh di lingkungan media baru. Para-krisis didefinisikan sebagai 'sebuah ancaman krisis yang menuduh organisasi telah melakukan perilaku yang tidak bertanggung jawab atau tidak beretika yang terlihat secara publik'. Hal ini seringkali dianggap hanya sebuah krisis kecil, tetapi dalam konsep para-krisis sebuah hal kecil dapat bereskalasi menjadi sebuah krisis sehingga harus dipertimbangkan sebagai sebuah peringatan. Jika organisasi membuat lingkungan memperhatikan berbagai media sosial yang ada maka hal tersebut bisa membantu untuk mengidentifikasi para-krisis. Jika organisasi bisa mengidentifikasi komplain yang berpotensi berkembang menjadi krisis maka mereka bisa bertindak sebelum hal tersebut berkembang lebih jauh.

Dengan adanya media sosial, masyarakat yang bersuara vokal semakin meningkat sehingga organisasi harus melakukan pengawasan pesan yang berkaitan dengan para-krisis. Ketika merespon sebuah potensi para-krisis dan mencoba menghindarkannya berkembang menjadi krisis yang sebenarnya, organisasi harus mempertimbangkan strategi yang digunakan dimana menurut Coomb (2012) merupakan salah satu dari tiga strategi berikut: melakukan pembantahan, melakukan reformasi, atau melakukan penolakan. Jika organisasi melakukan pembantahan maka mereka harus yakin bahwa para pemangku kepentingan lainnya akan memberikan dukungan terhadap posisi mereka. Jika organisasi

Scanned with CamScanner

melakukan reformasi maka mereka harus mempertimbangkan biaya yang diperlukan untuk melakukan perubahan dan konsistensinya dengan strategi organisasi. Jika organisasi memutuskan untuk melakukan penolakan maka pihak manajemen organisasi harus mengetahui peluang dan harapan jika para-krisis tersebut menghilang karena kurangnya perhatian yang diberikan.

KESIMPULAN

Sistem Konflik dan Media Sosial

Dari sudut pandang teori sistem, apa yang disebut Coombs sebagai para-krisis seharusnya dipandang sebagai perilaku yang tidak sepele bagi keberadaan organisasi. Jika organisasi bersifat terbuka terhadap hal-hal yang dapat menimbulkan iritasi, maka organisasiharus terus menerus belajar tentang perubahan yang terjadi sehingga memiliki performa yang lebih dari cukup bagi dunia sosial di sekitarnya. Menurut Luhmann, kita tidak berkomunikasi hanya untuk sekedar mencapai kesepakatan, tetapi untuk meningkatkan sensibilitas terhadap perubahan di dunia sekitar. Jika sebuah organisasi memungkinkan terjadinya konflik internal maka hal tersebut dapat membantu membangun sistem imunitas internal yang dapat menangkap konflik-konflik kecil sebelum berkembang dan berubah menjadi masalah yang terkait dengan lingkungan eksternal. Oleh karena itu organisasi perlu memiliki nilai dan strategi komunikasi yang bisa membuat mereka mampu memperhitungkan dunia sekitarnya dan memiliki presentasi diri positif, serta sejarah presentasi diri yang konsisten dan kongruen dengan nilai dan strategi yang dimiliki.

Di lingkungan media baru kepekaan seperti ini lebih penting lagi dibandingkan dengan masa sebelumnya, bahkan harus diiringi dengan transparansi yang berlebih lagi mengingat banyaknya peluang dan tantangan dari lingkungan eksternal. Jika sistem imunitas internal tidak bisa mengeliminir perilaku yang tidak sejalan

Scanned with CamScanner

dengan nilai yang dimiliki dan dengan sejarah presentasi diri maka media sosial yang mengalir berdasarkan pada lingkungan sosial mungkin nanti akan menemukan dan menyebarkannya. Sebuah kritik di media sosial merupakan sebuah kontribusi terhadap tahapan observasi diri organisasi yang bisa membantu untuk melihat dirinya sendiri dalam pandangan opini publik, atau terkait hal yang bisa menjadi opini penting dari para pemangku kepentingan.

Jika organisasi bertanya mengenai suatu makna dalam intonasi yang penuh rasa hormat dan mencoba menghubungkannya dengan pemaknaan yang dimiliki, menjelaskannya sendiri dan motif yang ada di belakangnya; maka interaksi yang bersifat konstruktif akan terbangun sehingga apa yang disebut dengan kepercayaan akan terjaga dalam hubungan tersebut, atau setidaknya dicoba untuk dibangun dengan berdasar atas niat baik. Sebagian besar konflik berkembang karena organisasi mencoba merespon kondisi tersebut dengan cara yang sebaliknya atau dengan perilaku yang tidak menyenangkan, atau bahkan tidak menaruh perhatian sama sekali.

Di lingkungan media baru saat ini, organisasi harus berhati-hati dengan apa yang terjadi di media sosial, merespon dan mencoba memberikan perhatian dengan cara yang memadai, misalnya dengan memindahkan anggota organisasi yang berperilaku tidak benar ke bagian kerja lain daripada masih turut serta melakukan kontak dengan para pemangku kepentingan. Karena jika kita berbicara mengenai kesalahan, atau ketidaksesuaian terkait dengan nilai dan sejarah presentasi diri organisasi, maka organisasi harus menjawab dengan melakukan reformasi. Sebagai contoh, jika kampanye yang dilakukan tidak sejalan dengan nilai-nilai yang dikomunikasikan oleh organisasi (lihat Coombs, 2012 untuk contoh lebih jelas) maka organisasi harus siap melakukan perubahan. Jika pesan komunikasi yang diberikan oleh kritikus tidak sejalan dengan nilai dan sejarah presentasi diri organisasi, maka organisasi

Scanned with CamScanner

harus melakukan inisiasi pembelajaran tahap selanjutnya (Rhodes, 1998) dan mencoba mengubah nilai dan strategi yang dimiliki, atau mencoba menjelaskan konsistensinya dengan nilai-nilai dasar yang ada.

Kesimpulannya adalah bahwa semua hal mengenai krisis dalam organisasi terkait dengan resiko dan kepercayaan, yakni tentang bagaimana terus berusaha konsisten dengan nilai-nilai yang dikomunikasikan dan sejarah presentasi diri di satu sisi, dan di sisi yang lainnya adalah dengan tetap terus melakukan kontak positif dengan para pemangku kepentingan bahkan dengan menggunakan berbagai media baru, serta terus melakukan observasi diri melalui opini publik agar dapat melakukan refleksi dan lebih bersifat responsif terhadap isu dan krisis yang dihadapi. Tetapi jika perusahaan tidak dapat menangani hal tersebut, maka sistem imunitas sosial yang akan mengambil alih evolusi sosial yang ada.

Di masa sekarang ini, dengan kehadiran media baru, masyarakat menjadi lebih peka dalam mengamati dan lebih berupaya melakukan sinkronisasi diri daripada yang sebelumnya, sehingga hanya organisasi yang dapat beradaptasi dengan kondisi baru tersebutlah yang akan mampu bertahan. Dengan keberadaan berbagai media, termasuk di dalamnya media digital maka perusahaan harus lebih konsisten lagi dengan nilai-nilai yang mereka komunikasikan dari waktu ke waktu dan/atau mampu melakukan perubahan atau modifikasi dengan cara tertentu sehingga secara terus menerus tetap mawas diri akan konsistensi yang dimilikinya, sehingga bisa meraih kepercayaan publik dalam dunia sosial yang hiper-dinamis ini.

Scanned with CamScanner

DAFTAR PUSTAKA

Benoit, W. L. (1997), 'Image Repair Discourse and Crisis Communication', *Public Relations Review*, Vol. 23, No. 2, hal. 177–186.

Coombs, W. T. (2006), *The Protective Powers of Crisis Response Strategies: Managing Reputational Assets During a Crisis*, Vol. 12, No. 3/4, hal. 241–260.

Coombs& Holladay (2012), *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*, SAGE, California.

Coombs, W. T. (2012), 'The Paracrisis: The Challenges Created by Publicly Managing Crisis Prevention', *Public Relations Review*, Vol. 38, hal. 408–415.

Elder-Vass, D. (2007), 'Luhmann and Emergentism: Competing Paradigms for Social Systems Theory', *Philosophy of The Social Sciences*, Vol. 37, No. 4, hal. 408–432.

Frandsen, F. & Johansen, W. (2007), 'The Apology of a Sports Icon: Crisis Communication and Apologetic Ethics', *Hermes: Journal of Linguistics*, No. 38, hal. 85–104.

Fuchs, C. (2008), *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*, Routledge, New York.

Gad, H. (2016), *The Environment in the Age of the Internet: Activists, Communication, and the Digital Landscape*, Open Book Publishers, Cambridge.

Habermas, J. (1984), *Teori Tindakan Komunikatif I: Rasio dan Rasionalisasi Masyarakat*, Kreasi Wacana, Bantul.

Habermas, J. (2006), 'Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research?', *Communication Theory*, Vol. 16, No. 4 November, hal. 411–426.

Hartley, P. & Chatterton, P. (2015), *Business Communication: Rethinking Your Professional Practice for the Post-Digital Age*, Routledge, New York.

Hien, O., Van Ruller, B. & Fredriksson, M. (2009), *Public Relations and Social Theory: Key Figures and Concepts*, Routledge, New York.

Scanned with CamScanner

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media*, NYU Press, New York.

La Cour, A. & Philippopoulos-Mihalopoulos, A. (2013), *Luhmann Observed: Radical Theoretical Encounters*, Palgrave-Macmillan, London.

Laermans, R. (2011), 'After Luhman: Dirk Baecker's Sociology of Culture and Art', *Cultural Sociology*, Vol. 5, no. 1, hal. 155-165.

Lee, D. (2000). 'The Society of Society: The Grand Finale of Niklas Luhmann', *Sociological Theory*, No. 18, Vol. 2 July, hal. 320-330.

Luhmann, N. (1995). *Social Systems*, Standford University Press,

Luhmann, N. (2000). *The Reality of the Mass Media*, Polity Press, Cambridge.

Luhmann, N. (2000). 'Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives', dalam Ganbetta (ed), *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*,electronic edition, Department of Sociology, University of Oxford, chapter 6, pp. 94-107.

Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Oxford Uni Press, New York.

Rhodes, C. (1998). 'Chris Argyris and Donald A. Schon (1996): Organizational Learning II: Theory, Method and Practice Reading', *Asia Pacific Journal of Human Resources*, Vol. 36, No. 1, hal. 107-109.

Seidl, D. & Becker, K. H. (2006). *Niklas Luhmann and Organisation Studies*, CBS Press, Denmark.

Scanned with CamScanner

BIODATA PENULIS

Amida Yusriana, *Menulis dan meneliti itu sulit.* Amida berusaha menghilangkan stigma tersebut dengan aktif menghasilkan tulisan yang sesuai dengan kecintaannya terhadap budaya populer. Amida adalah seorang dosen Ilmu Komunikasi Universitas Dian Nuswantoro. Ia seorang 'Pujakesuma' yang lahir dan besar di Semarang, 18 April 1988. Banyak kegiatan Amida lakukan sejak kecil hingga bekerja. Ia aktif dalam berbagai lomba bahasa Inggris yang kemudian membawanya menjadi Traveller dan berkeliling banyak negara dengan berbagai macam kegiatan. Ia juga aktif menulis cerita fiksi sejak kecil, sehingga beberapa karyanya berhasil diterbitkan di usia muda. Kini ia telah menghasilkan setidaknya 10 tulisan ilmiah dengan fokus pada minoritas, media baru dan perilaku konsumen. Tulisan *Hiatus*: Strategi Melawan Agenda Setting Dalam Manajemen Krisis K-Pop adalah tulisannya dalam buku antologi yang kedua. Tulisan ini terinspirasi dari kecintaannya akan budaya populer Korea Selatan. Amida memiliki motto *'If Life Gives You Lemons, Make a Lemonade!"*
Kontak email: amidayusriana88@gmail.com

Puri Kusuma Dwi Putri, biasa dipanggil Puri domisili di Semarang, berasal dari Surakarta. Lulus S1 jurusan ilmu komunikasi UNDIP dan S2 jurusan komunikasi strategis, Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro.

Untuk karya ilmiah lainnya yang disampaikan melalui seminar nasional dan international (presentasi lisan) "Lazada *Virtual Department Store*", "Emoticon, Sebagai Tren Komunikasi Virtual", "Pemimpin Pilihan

Scanned with CamScanner

Rakyat", "Wajah Tayangan Televisi di Indonesia", "*Doctor-Patient's dialogue*", "*Ad Wonderful* Indonesia: *Feeling is Believing*", "*Communication Between Father-Child,* dan "Dara: Si Pendekar Tongkat Emas", dan lain sebagainya. Artikel saya yang sudah diterbitkan dalam bentuk buku "*Cyberspace and Culture*" berjudul *YouTube* Sebagai "Gaya Hidup Baru dalam Dunia *Cyber*", dan "*Cyberporn*: Kapitalisme Penuh Hasrat".

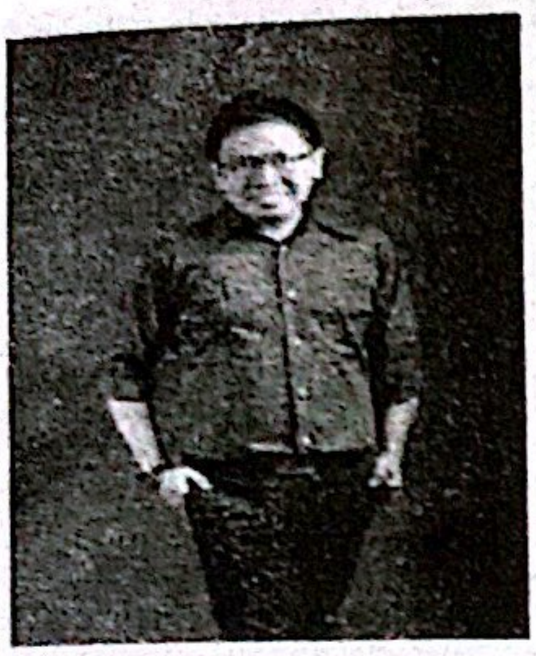
Penulis pernah menjadi *Account Executive*, pengajar bahasa Jerman *private*/kelompok, pengajar pada jurusan ilmu komunikasi, *Broadcasting*, *Public Relations* dan Desain Komunikasi Visual. Hingga saat ini penulis juga menggeluti bisnis *online* pribadi dengan label Blanja Blinji. Selain menggeluti bidang ilmu komunikasi penulis juga sebagai konselor laktasi/menyusui dalam rangka menyebarkan virus pentingnya Air Susu Ibu, agar banyak Ibu/pasangan *aware* mengenai pentingnya ASI untuk kehidupan anaknya di masa depan. Untuk kontak melalui e-mail purikdp@yahoo.com

Adhianty Nurjanah, lahir di Aceh 4 dES 1978 Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, DENGAN bidang kajian Public Relations saat ini sedang menyelesaikan Studi Doktoral (S3) di Universitas Sebelas Maret Surakarta Program Studi Penyuluhan Pembangunan konsentrasi Corporate Social Responsibility (CSR)

Memiliki ketertarikan di bidang Public Relations, Manajemen Media Massa dan Corporaete Social Responsibility. (CSR). Aktif mengikuti seminar nasional dan seminar internasional komunikasi. Beberapa artikel ilmiah baik berupa jurnal nasional maupun jurnal internasional terindeks scopus telah dihasilkan. Artikel terakhir pada Jurnal Terindeks Sopus dengan Judul Building and Empowerinf Community Through CSR Program In Indonesia.

Scanned with CamScanner

Saat ini tergabung dalam anggota asosiasi Profesi komunikasi seperti ISKI Jateng, Aspikom YOGYAKARTA, Apik PTM, dan Perhumas YOGYAKARTA DAN PERHUMAS Surakarta. Selain Itu menjadi anggota fasilitator SPMI DIKTI WILAYAH kOPERTIS V Yogyakarta dan Saat ini telah menjadi Asesor Kompetensi tersertifikasi dari BNSP di Bidang Komunikasi (Public Relations).



Riki Arswendi

Pecinta Traveling ini aktif dalam kegiatan kehumasan di Semarang, pernah mengabdikan diri sebagai staff humas di salah satu Universitas di Semarang kini Riki hijrah sebagai staff pengajar tetap di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina, ia juga mengajar di Universitas Mercu buana Jakarta. Keahlian publik speaking-nya juga membuat Riki banyak menerima Job sebagai host/MC di berbagai acara di Semarang dan Jakarta.

Kheyene Molekandella Boer

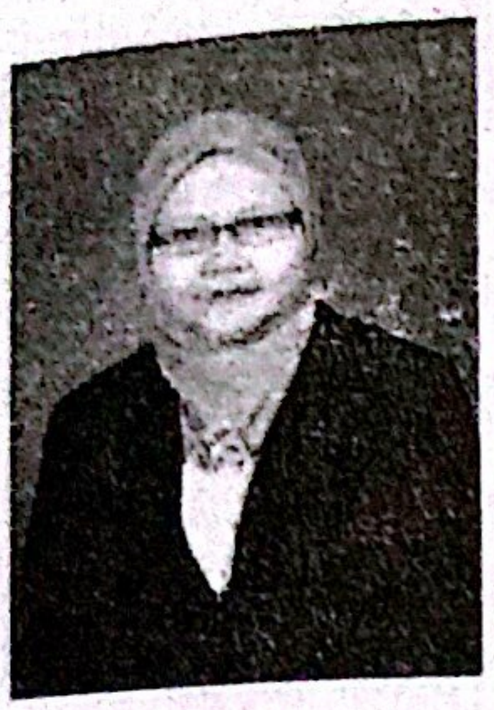
Khey lahir di Samarinda 4 januari 1989 memiliki hoby menulis dari kecil. Kini mengajar di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, sebelumnya juga pernah mengabdikan diri sebagai dosen di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur dan STIKOM Samarinda. Beragam tulisan tentang dunia komunikasi telah terpublish dalam bentuk jurnal dan proceeding seperti Proceeding "Komunikasi Indonesia Membangun Peradaban Bangsa", Palembang, 26-27 Februari 2013, Judul: "Trade Mark Bahasa Walikan Sebagai Identitas Arema', Penerbit: Pusat Komunikasi dan Bisnis (PUSKOMBIS), Prooceeding "Komunikasi Politik: Menuju Demokrasi Yang Lebih Baik", Batam 11-12 Maret 2014, judul: "Partai Nasional Demokrat (Nasdem) dalam

Scanned with CamScanner

Balutan Baju Miss Indonesia", diterbitkan oleh PUSKOMBIS dan ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi), Proceeding "Tren Pola Konsumsi Media Di Indonesia: Jogjakarta, 14-17 Oktober 2014. Diterbitkan oleh Serikat Perusahaan Pers (SPS). Serta beberapa jurnal dengan judul "Interaktivitas Sebagai Strategi Mediated Communication Pada Fans Pages Starbucks Coffee Indonesia", "Ambiguitas Pemaknaan Pesan Sebagai Komodifikasi Dalam Personality Performance Multikultural Pada Sosok Soimah, Nude Photography, Eksploitasi Tubuh Perempuan Pengatasnamaan Seni", Barbie Sebagai Ikon Gaya Hidup Wanita Modern" dan masih banyak lagi.

Rr. Wuri Arenggoasih, yang akrab dipanggil Wuri, lahir di Kab. Semarang, tanggal 25 Agustus 1986, saat ini bertempat tinmggal di Bandarjo, Ungaran Barat, dengan nomer telephon yang bisa dihubungi 081 575 242 106.
Pendididikan yang pernah ditempuh adalah: setelah lulus SD, SMP, SMA di Ungaran kemudian melanjutkan belajar di D3 Advertising AKINDO Yogjakarta lanjut S1 Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, kemudian S2 Ilmu Komunikasi di Magister Universitas Diponegoro. Pengalaman kariernya adalah: pernah bekerja di dunia administrasi perusahaan asuransi, pernah membantu perencanaan media iklan kampanye politik di Pemilu 2009 dan 2014. Kesibukan saat ini, menjadi ibu rumah tangga dan berkarya sebagai penulis dan asisten penelitian.

Scanned with CamScanner



Nalal Muna, lahir di Semarang pada 30 April 1988. Lulusan S1 Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang menekuni bidang Semiotika dan Film. Setelah menyelesaikan pendidikan S1, melanjutkan S2 di Universitas Gadjah Mada jurusan Manajemen dan Bisnis. Saat ini menjadi pengajar di Politeknik APP Jakarta pada jurusan Manajemen Pemasaran Industri Elektronika yang merupakan perguruan tinggi vokasi di bawah Kementerian Perindustrian Indonesia. Dalam 3 tahun menjadi pengajar, sangat aktif berpartisipasi sebagai pembicara dalam seminar bertema manajemen, bisnis dan sosial baik nasional maupun internasional. Hobi *public speaking* dan travelling.

Rina Juwita, dilahirkan di Kutai Kartanegara 17 April 1981. Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi diperolehnya di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2004. Gelar Master of Human Resource and Industrial Relations diperolehnya di the University of Western Australia pada tahun 2008 dengan sponsor Australian Partnership Scholarship. Sejak tahun 2005 sampai sekarang ia menjadi dosen tetap di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, Samarinda. Saat ini ia sedang menempuh studi doktoral Ilmu Sosial di Universitas Airlangga dengan tema disertasi mengenai Public Relations Kritis dan Corporate Social Responsibility.

Scanned with CamScanner

Susri Adeni saat ini bekerja sebagai dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu. Penulis menamatkan S2-nya dari Monash University, Australia tahun 2008 dengan konsentrasi *Communication and Media Studies*. Penulis memiliki minat pada media, gender and *community development* dalam riset yang dilakukan. Penulis memiliki pengalaman penelitian dalam bidang media, perempuan dan *communication and community development* sejak tahun 2009. Penulis juga aktif mengikuti berbagai seminar nasional dan internasional dan pernah mendapatkan *Best Abstract and Best Presenter* pada Human Ecology Conference, FEMA IPB tahun 2016. Saat ini penulis sedang melanjutkan studi S3 di IPB dengan konsentrasi Komunikasi Pembanguan Pertanian dan Pedesaan. Penulis dapat dihubungi melalui email: susriadeni@yahoo.com

Scanned with CamScanner

Public Relations dalam Komunikasi Krisis

Kehadiran buku ini merupakan sarana bagi penulis dalam memandang isu-isu terkait dengan fungsi *public relations* dalam melakukan manajemen krisis. Tujuan buku ini adalah untuk memperkaya kajian Ilmu *Public Relations* yang ada pada Krisis K-Pop, GoJek, Relokasi Area Parkir Malioboro, Perguruan Tinggi, Komunikasi di Masa Krisis, Tantangan Kandidat Pilpres, Pilkada Jakarta, Komunikasi Krisis, dan Peran Media.

Perlu diingat bahwa *public relations* merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam menciptakan reputasi positif. Bayangkan saja kalau tidak ada *public relations*. Jika suatu perusahaan/institusi/*brand* sedang dilanda krisis, bagaimana manajemen krisis dapat merangkul *stakeholder* eksternal dan internal? Analisis terkait permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat pada karya ini.

Semoga buku ini dapat menyuguhkan sudut pandang lain tentang *public relations* bagi kalangan akademisi, praktisi, dan siapa pun dalam memandang peran pentingnya *public relations* dalam menjalin komunikasi pada *stakeholder* eksternal dan internal.

ISBN 978-602-5412-06-6

Scanned with CamScanner