

Peran Strategis Public Relations dalam Manajemen Isu dan Krisis Organisasi

Bahrul li Murtopo
Insitut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU Kebumen)
Fia Sulastriamah, Ridwan Hamdani, Sivanal Hamdi Sukriya (Mahasiswa)
Bahrunalimurtopo@gmail.com

Abstrak

Public Relations (PR) plays a strategic role in bridging relationships between organizations and their internal and external publics, particularly in managing issues and crises. This study examines how issue and crisis management are crucial to maintaining an organization's image and reputation. Issue management is carried out proactively to identify and anticipate potential problems before they develop into crises. Crisis management, meanwhile, encompasses systematic steps from prevention to post-crisis recovery. The role of PR is crucial at every stage, from early detection and strategic communication during a crisis, to rebuilding public trust after the crisis subsides. By implementing effective and responsive communication strategies, PR can minimize negative impacts, maintain organizational continuity, and strengthen relationships with stakeholders. This study emphasizes the importance of PR preparedness and capabilities in facing the dynamics of crises in an era of rapid and open information.

Keywords: *Public Relations, Issue Management, Crisis Management*

Abstrak

Public Relations (PR) memainkan peran strategis dalam menjembatani hubungan antara organisasi dengan publik internal maupun eksternal, khususnya dalam mengelola isu dan krisis. Studi ini membahas bagaimana manajemen isu dan krisis menjadi bagian penting dari upaya mempertahankan citra serta reputasi organisasi. Manajemen isu dilakukan secara proaktif untuk mengidentifikasi dan mengantisipasi potensi masalah sebelum berkembang menjadi krisis. Sementara itu, manajemen krisis mencakup langkah-langkah sistematis dari pencegahan hingga pemulihan pasca-krisis. Peran PR sangat krusial dalam setiap tahap, mulai dari deteksi dini, komunikasi strategis saat krisis berlangsung, hingga membangun kembali kepercayaan publik setelah krisis mereda. Dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif dan responsif, PR dapat meminimalkan dampak negatif, mempertahankan keberlangsungan organisasi, serta memperkuat hubungan dengan stakeholder. Penelitian ini menegaskan pentingnya kesiapan dan

kapabilitas PR dalam menghadapi dinamika krisis di era informasi yang cepat dan terbuka.

Kata Kunci: *Public Relations, Manajemen Isu, Manajemen Krisis*

A. Latar Belakang

Tanpa kita sadari, baik individu, organisasi ataupun pemerintahan dalam melakukan aktivitas sehari-hari sesungguhnya telah mempraktekkan kegiatan public relations. Public relations mempengaruhi hampir setiap orang yang mempunyai hubungan dengan orang lain. Public relations organisasi/perusahaan atau pemerintahan merupakan sebuah aktivitas yang berfungsi menjembatani kepentingan public internal dan eksternal mereka. PR sebagai fungsi manajemen komunikasi, mengupayakan terjadinya komunikasi timbal balik antara organisasi/pemerintah dengan stakeholder dan publiknya demi menjaga citra organisasi dan membentuk opini public yang positif.

Public relations memiliki peran penting bagi setiap lembaga, instansi, individu atau pemerintah dalam mengelola permasalahan-permasalahan yang timbul di masyarakat atau public dari sebuah organisasi. Jika permasalahan-permasalahan tersebut tidak ditangani dan dikelola secara baik oleh seorang praktisi PR maka sangat berpotensi menjadi krisis. Hampir semua perusahaan dan organisasi menghadapi krisis. Krisis datang tanpa diduga dan dampaknya mengancam dan membahayakan kelangsungan hidup perusahaan dan stakeholders lainnya. Walaupun krisis tidak dapat diprediksi, kehadirannya sangat tidak diharapkan. Krisis dapat mengenai segala segmen yang ada di masyarakat, perusahaan, lembaga pendidikan, pemerintah dan individu dengan berbagai alasan.

Jika sebuah Krisis telah terjadi dan menyerang sebuah organisasi/perusahaan dan tidak dikelola dengan baik, maka perusahaan/organisasi tinggal menunggu waktu bagi datangnya kehancuran, kehilangan kepercayaan dari public, merusak citra dan menghancurkan reputasi. Seorang praktisi PR harus memiliki kemampuan manajerial yang baik, berperan dalam mengelola opini, mengelola isu, kemampuan mengelola krisis dan manajemen reputasi.

A. Pengertian Manajemen Isu dan Krisis

1. Manajemen Isu

Manajemen isu bukan sekadar memadamkan ‘kebakaran,’ tapi juga strategi untuk mengantisipasi, memahami, dan mengendalikan risiko sejak dini. Dengan pendekatan yang tepat, isu yang berpotensi negatif justru bisa diubah menjadi peluang memperkuat hubungan dengan stakeholder. Manajemen isu adalah proses strategis yang dirancang untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola isu yang bisa berdampak pada reputasi atau operasional perusahaan. Ini bukan sekadar ‘alat pemadam kebakaran,’ tetapi pendekatan proaktif untuk menjaga kestabilan organisasi.¹

Menurut para ahli, manajemen isu berfungsi sebagai ‘jembatan’ antara perusahaan dan stakeholder. W. Howard Chase (1976) mendefinisikannya sebagai langkah-langkah yang meliputi identifikasi

¹ Karsten SaThierbach and others, *Manajemen Isu Dan Krisis, Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2015, III
<<http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056>%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>.

isu, analisis risiko, hingga implementasi strategi komunikasi yang tepat. Di era digital saat ini, proses ini menjadi semakin penting karena informasi menyebar lebih cepat daripada sebelumnya.

Namun, manajemen isu bukan hanya tentang mencegah krisis. Ini juga merupakan cara perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan publik. Misalnya, dengan mendengarkan opini atau keluhan pelanggan, perusahaan dapat memperbaiki layanan sebelum keluhan tersebut berkembang menjadi sentimen negatif di media sosial.

Tujuan utamanya adalah memastikan organisasi agar siap menghadapi potensi risiko sebelum masalah tersebut menjadi badai besar. Tujuan lainnya antara lain;

1. Mencegah Krisis Sebelum Terjadi

Tujuan utama manajemen isu adalah mengidentifikasi potensi masalah sejak dini. Ibarat detektor logam di bandara, proses ini membantu perusahaan memindai risiko yang mungkin tidak terlihat di permukaan. Semakin cepat terdeteksi, semakin mudah dikelola.

2. Meningkatkan Kredibilitas Perusahaan

Dengan mengelola isu secara proaktif, perusahaan menunjukkan kepada publik bahwa mereka peduli dan tanggap terhadap kekhawatiran masyarakat. Hasilnya? Kepercayaan meningkat, dan reputasi perusahaan makin solid.

3. Mendukung Pengambilan Keputusan Strategis

Manajemen isu memberikan data dan wawasan yang berguna untuk mengambil keputusan yang lebih baik. Ini memungkinkan perusahaan untuk bergerak lebih bijaksana, bukan reaktif.²

2. Manajemen Krisis

Krisis bisa datang kapan saja dan mengguncang stabilitas sebuah perusahaan, mengancam reputasi, kinerja, bahkan kelangsungan bisnis. Tanpa manajemen krisis yang efektif, perusahaan berisiko mengalami kerugian besar dan kehilangan kepercayaan dari para pemangku kepentingan. Manajemen krisis bukan sekadar respons reaktif terhadap masalah, tetapi sebuah pendekatan proaktif dan terstruktur untuk menghadapi dan mengatasi situasi darurat.

Manajemen krisis dapat didefinisikan sebagai pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi, merespons, dan mengelola situasi yang berpotensi mengancam keberlangsungan organisasi. Menurut ahli, ada beberapa definisi yang memperkaya pemahaman kita tentang konsep ini:

Fink (1986), dalam bukunya *Crisis Management: Planning for the Inevitable*, mendefinisikan manajemen krisis sebagai “sebuah proses yang mencakup empat tahap: pencegahan, persiapan, respons, dan pemulihan dari krisis.”

Mitroff (1994), melalui bukunya *Crisis Management and Environmental Scanning: How to Prepare for and Respond to the Unexpected*, menyatakan bahwa “manajemen krisis adalah pendekatan yang terstruktur untuk mengatasi krisis yang bertujuan untuk meminimalisir dampak negatifnya terhadap organisasi.”

² ‘Manajemen Isu’ <<https://www.ppmschool.ac.id/manajemen-isu/>>.

Tujuan utama manajemen krisis adalah meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh krisis, melindungi reputasi organisasi, dan memastikan kelangsungan bisnis. Ini melibatkan serangkaian tindakan proaktif dan reaktif yang diambil sebelum, selama, dan setelah krisis terjadi.³ Berikut adalah tujuan manajemen krisis yang lebih rinci:

a) Meminimalkan kerugian

Mengurangi dampak langsung dari krisis, seperti kerugian finansial, cedera, atau kerusakan properti, serta dampak jangka panjang seperti kerusakan reputasi, hilangnya kepercayaan pelanggan, atau masalah hukum.

b) Melindungi reputasi

Mempertahankan atau memulihkan kepercayaan publik dan pemangku kepentingan melalui komunikasi yang transparan, akurat, dan bertanggung jawab.

c) Memastikan kelangsungan bisnis

Mencegah atau meminimalkan gangguan operasional, menjaga moral karyawan, dan memfasilitasi pemulihan bisnis setelah krisis.

B. Tahap Manajemen Isu dan Krisis

a. Manajemen Isu

1. Identifikasi Risiko

Langkah pertama ini mirip seperti mengenali ‘awan mendung’ sebelum hujan turun. Anda perlu mengumpulkan semua informasi tentang potensi isu yang bisa memengaruhi organisasi

2. Analisis Risiko

³ ‘Manajemen Krisis’ <<https://www.ppmschool.ac.id/manajemen-krisis/>>.

Setelah mengidentifikasi risiko, saatnya memperkirakan seberapa besar dampaknya. Tidak semua risiko sama—ada yang seperti goresan kecil, ada yang seperti lubang besar di jalan.

3. Penentuan Prioritas

Fokus pada isu yang berpotensi besar memengaruhi reputasi atau operasional perusahaan.

4. Penyusunan Strategi dan Rencana Aksi

Setelah tahu prioritas, saatnya menyusun strategi untuk menghadapi risiko tersebut.

5. Monitoring dan Evaluasi

Apakah isu benar-benar teratasi? Apa yang bisa diperbaiki di masa depan?

b. Manajemen Krisis

1. Pencegahan Krisis

2. Persiapan Krisis

3. Respons Krisis

4. Pemulihan Krisis

5. Evaluasi Krisis⁴

C. Strategi menghadapi Krisis dan Isu

Strategi menghadapi isu dan krisis melibatkan pemahaman mendalam tentang situasi, perencanaan yang matang, komunikasi yang efektif, dan tindakan cepat. Penting untuk mengidentifikasi potensi krisis sejak dini, menyusun rencana mitigasi, dan membangun mekanisme

⁴ SaThierbach and others, *Manajemen Isu Dan Krisis*, III.

respons yang jelas. Komunikasi yang transparan dan akurat dengan semua pihak yang terdampak juga krusial untuk menjaga kepercayaan dan meminimalkan dampak negatif.⁵Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

1. Deteksi Dini dan Pencegahan:

- a. Pemantauan Media dan Isu: Lakukan pemantauan media dan media sosial secara rutin untuk mengidentifikasi potensi isu atau tanda-tanda krisis yang muncul.
- b. Analisis Risiko: Identifikasi potensi risiko dan dampaknya terhadap organisasi.
- c. Penyusunan Rencana Mitigasi: Kembangkan rencana aksi untuk mengatasi potensi krisis, termasuk penunjukan tim krisis dan alokasi sumber daya.

2. Respons Cepat dan Efektif

- a. Penyusunan Pesan Kritis: Siapkan pesan-pesan kunci yang jelas, akurat, dan konsisten untuk semua pemangku kepentingan.
- b. Komunikasi Terbuka dan Transparan: Berikan informasi yang jujur dan terbuka kepada publik, hindari penolakan atau spekulasi.
- c. Responsif Terhadap Pertanyaan: Tanggapi pertanyaan dan kekhawatiran publik dengan cepat dan tepat.
- d. Evaluasi dan Pembelajaran: Setelah krisis berlalu, evaluasi respons yang dilakukan dan pelajari untuk perbaikan di masa depan.

3. Pemulihan

⁵ Kiki Kustiawati, Aan Setiadarma, and Anjang Priliantini, 'Strategi Public Relations Dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan Di Pizza Hut Indonesia', *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8.1 (2019), p. 53, doi:10.31504/komunika.v8i1.1876.

- a. Perbaikan Citra: Lakukan upaya untuk memperbaiki citra organisasi yang mungkin terdampak oleh krisis.
- b. Pemulihan Operasional: Kembalikan operasional organisasi ke kondisi normal secepat mungkin.
- c. Pembelajaran dari Krisis: Ambil hikmah dari krisis yang terjadi untuk meningkatkan kesiapan dan mitigasi di masa depan.

4. Komunikasi Krisis

- a. Identifikasi Saluran Komunikasi: Gunakan saluran komunikasi yang paling efektif untuk menyampaikan informasi kepada target audiens.
- b. Pesan yang Disesuaikan: Sesuaikan pesan dengan jenis krisis dan audiens yang dituju.
- c. Keterlibatan Pemangku Kepentingan: Libatkan pemangku kepentingan dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan.

D. Peran Public Relation Dalam Manajemen Isu dan Krisis

Public Relations (PR) punya peran penting dalam membantu organisasi menghadapi isu dan krisis. Ketika ada masalah yang mulai muncul, Public Relation bertugas untuk mendeteksi dan memahami masalah itu sejak awal. Dengan begitu, organisasi bisa lebih siap dan tidak panik jika masalah berkembang menjadi krisis.

Saat krisis benar-benar terjadi, Public Relation menjadi penghubung utama antara organisasi dan masyarakat. PR harus menyampaikan informasi yang jelas, jujur, dan mudah dimengerti agar tidak terjadi kesalahpahaman atau rumor yang merugikan. Selain itu, PR juga menjaga nama baik organisasi dengan memberikan penjelasan yang tepat dan menunjukkan kepedulian terhadap situasi yang terjadi.

Setelah krisis selesai, Publik Relation tetap berperan untuk memperbaiki citra organisasi dan membangun kembali kepercayaan publik. PR akan melakukan evaluasi, memperbaiki kekurangan, dan memastikan organisasi siap menghadapi masalah serupa di masa depan. Dengan cara ini, PR membantu organisasi tetap dipercaya dan dihormati oleh masyarakat.

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Public Relations (PR) memiliki peran yang sangat penting dalam manajemen isu dan krisis di sebuah organisasi. PR tidak hanya bertugas mendeteksi dan mengidentifikasi isu sejak dini, tetapi juga menjadi penghubung utama antara organisasi dan publik saat krisis terjadi. Melalui komunikasi yang jelas, jujur, dan terbuka, PR membantu mencegah terjadinya kesalahpahaman, mengurangi dampak negatif, serta menjaga nama baik organisasi di mata masyarakat.

Selain itu, PR juga berperan dalam proses pemulihan setelah krisis dengan melakukan evaluasi, memperbaiki kekurangan, dan membangun kembali kepercayaan publik. Dengan strategi komunikasi yang tepat dan respons yang cepat, PR mampu membantu organisasi menghadapi tantangan, meminimalisir kerugian, serta memastikan kelangsungan dan reputasi organisasi tetap terjaga.

Dengan demikian, manajemen isu dan krisis yang efektif melalui peran Public Relations sangatlah penting agar organisasi dapat bertahan, berkembang, dan tetap dipercaya oleh masyarakat di tengah berbagai tantangan dan perubahan yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

Coombs, W. T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Heath, R. L., & O'Hair, H. D. (2010). *Handbook of Risk and Crisis Communication*. New York: Routledge.

Kustiawati, Kiki, Aan Setiadarma, & Anjang Priliantini. (2019). "Strategi Public Relations dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan di Pizza Hut Indonesia." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.1876>

PPM School. "Manajemen Isu." Diakses dari: <https://www.ppm-school.ac.id/manajemen-isu/>

PPM School. "Manajemen Krisis." Diakses dari: <https://www.ppm-school.ac.id/manajemen-krisis/>

Thierbach, Karsten, dkk. (2015). *Manajemen Isu dan Krisis. Proceedings of the National Academy of Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056>

Kustiawati, Kiki, Aan Setiadarma, and Anjang Priliantini, 'Strategi Public Relations Dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan Di Pizza Hut Indonesia', *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8.1 (2019), p. 53, doi:10.31504/komunika.v8i1.1876

Coombs, W. T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Heath, R. L., & O'Hair, H. D. (2010). *Handbook of Risk and Crisis Communication*. New York: Routledge