

Buat SOP yang Jelas

Krisis kebencanaan memang tidak bisa disamakan dengan krisis yang terjadi di perusahaan. Namun, langkah-langkah strategis penanggulangan krisis di perusahaan bisa diaplikasikan saat krisis kebencanaan.

Perbedaan itu sudah digarisbawahi oleh Noke Kiroyan, Presiden Komisaris Kiroyan Partners, di awal sesi wawancara dengan PR INDONESIA di kantornya di Jakarta, Kamis (11/10/2018). “Metode penanganan krisis di perusahaan bisa digunakan. Tinggal masalah manajemennya saja,” ujarnya.

Pada dasarnya, kata pria kelahiran Surabaya, 71 tahun yang lalu itu, baik krisis di perusahaan maupun bencana alam tidak bisa diprediksi kapan datangnya. Tapi bisa diperkirakan secara potensial dan harus ada kesiapsiagaan sehingga tidak menimbulkan kebingungan saat krisis itu terjadi.

Metode yang dimaksud Noke adalah prosedur yang mengacu pada *standard operating procedure* (SOP) manajemen krisis. SOP harus dibuat jelas dan singkat. Pada saat krisis, pastikan sudah memiliki tim manajemen krisis. Jangan lupa, lakukan simulasi (*role play*). “Jangan baru dibuat ketika kejadian. Nanti kacau balau,” katanya.

Meski menganjurkan agar membuat tim yang lengkap, termasuk menunjuk satu juru bicara, namun Noke menekankan agar pimpinan tertinggi tidak menjadi bagian dari anggota tersebut. “Cukup senior yang memiliki wewenang ke bawah yang ada di dalam tim itu. Nanti, yang bersangkutan tinggal melaporkan kepada pimpinan tertinggi,” ujarnya. Hal lain yang harus dilakukan pascakrisis adalah membuat jurnal tentang apa yang terjadi. Jurnal ini akan menjadi wadah bagi tim untuk melakukan analisis dan menentukan langkah penanggulangan yang tepat.

Faktual

Pastikan pula informasi yang disampaikan ke publik adalah faktual, singkat, tidak bertele-tele, berspekulasi apalagi bohong.



Foto: Romi/PR Indonesia

Standard operating procedure (SOP) manajemen krisis harus jelas dan singkat, pastikan sudah memiliki tim manajemen krisis, lakukan simulasi.

“Kalau bencana itu menyangkut jiwa manusia, sampaikan perkiraan jumlah korban dilengkapi data penunjang, serta sampaikan langkah-langkah pertama yang sudah dilakukan pemerintah,” ujarnya.

Sementara untuk menghindari berseliwerannya hoaks dan berita palsu, pastikan PR atau tim manajemen krisis memberikan informasi yang faktual secara berkala dan berkelanjutan. “Buktikan kita dapat menjadi poros informasi yang baik dengan menunjukkan kita bersedia dan siap dihubungi kapan pun. Berikan nomor kontak, kalau perlu *contact center*,” katanya.

Terkait upaya membangun kembali reputasi pascakrisis, itu sama artinya dengan membangun kepercayaan. Untuk itu, informasi tentang analisis, upaya yang sudah dilakukan, dan langkah yang harus dilakukan agar kejadian tidak terulang

harus dikomunikasikan dengan baik kepada publik. “Pastikan pesannya sampai. Tunjukkan secara konsisten langkah-langkah yang sudah dilakukan yang mengarah kepada perbaikan mulai dari sebelum, selama dan sesudah,” imbuhnya.

Lakukan survei tentang persepsi masyarakat terhadap perusahaan pascakrisis. Gunakan hasil itu untuk menyempurnakan rencana yang sudah disusun, membuat program atau strategi membangun reputasi. “Jangan berasumsi,” pintanya.

Nah, bagi perusahaan apalagi pemerintah yang belum memiliki SOP, maka inilah saatnya. Krisis di perusahaan bisa terjadi karena keteledoran, tapi tidak dengan bencana alam. “Jadi, ketika bencana terjadi, tidak ada yang bisa disalahkan. Yang salah adalah jika kita tidak siap,” tutupnya, tegas. ● rvh/rtn