



Cara Jitu Mengelola Isu

Baik atau tidaknya pola komunikasi yang dibangun oleh praktisi *public relations* (PR), dipengaruhi oleh berbagai faktor. Di antaranya, faktor peraturan dan perundang-undangan, faktor sosial dan politik, serta isu spesifik dan lokal yang berbeda.

Presiden Komisaris dan Chief Consultant Kiroyan Partners Noke Kiroyan membedah ketiga faktor penentu keberhasilan praktisi PR tersebut dalam *plenary session* Jambore PR INDONESIA (JAMPIRO) #4 di Semarang, Rabu, (7/11/2018).

Dalam hal regulasi dan perundang-undangan, kata Noke, setiap perusahaan memiliki undang-undang di sektor masing-masing. Misalnya, dalam bidang pertambangan, perikanan, dan lainnya. “Begitu juga perusahaan industri, ada aturan yang mengharuskan menjalankan bisnis di wilayah tertentu,” tutur pria yang telah mengarungi pengalaman sebagai CEO di berbagai industri mulai dari pertambangan, *oleochemicals*, sampai energi dan teknologi inovatif.

Dinamika ekonomi, sosial dan politik pun turut menentukan cara perusahaan berkomunikasi dan memilih konten yang relevan. “Faktor politik memengaruhi cara perusahaan berkomunikasi terhadap konten komunikasi itu sendiri. Semakin besar perusahaan, tentu akan ada banyak isu lintas sektor yang akan mempengaruhinya,” katanya. Contoh, ada perjanjian dagang antara Indonesia dengan Australia serta Uni Eropa yang semuanya berpengaruh dalam perjalanan bisnis.

Perusahaan juga akan berhadapan dengan isu-isu publik yang berkembang di masyarakat. Dampaknya, imbuh Noke, isu itu akan memengaruhi citra dan reputasi korporasi. Maka dari itu, imbaunya, perusahaan harus selalu siap menghadapi isu-isu tersebut. Terlebih, jika isu tersebut menjerumuskan kepada satu permasalahan spesifik.



Foto: Freandy/PR Indonesia

Ketahui perkembangan isu terkini di tengah masyarakat. Jika terdeteksi berita negatif, segera lakukan antisipasi.

Isu pun ternyata tidak hanya secara spesifik mengarah pada permasalahan tertentu, namun dipengaruhi faktor wilayah geografis. Noke menyebutnya sebagai isu lokal. “Isu lokal di daerah Semarang berbeda dengan Surabaya. Begitu pula dengan wilayah-wilayah lain di Indonesia,” kata pria yang fasih berbahasa Jerman dan Inggris ini.

Cermati Isu Terkini

Dalam mengelola isu, lanjut Noke, perusahaan harus selalu mengetahui perkembangan isu terkini di tengah masyarakat. Informasi itu dapat dideteksi atau dilihat melalui berita yang beredar di media massa dan media sosial. “Jika terdeteksi berita negatif, maka PR segera melakukan antisipasi,” ujarnya.

Jadi, kata pria yang mengawali kariernya di PT Siemens Indonesia itu, perusahaan

harus memperhitungkan faktor, politik, sosial, dan wilayah geografis. Dengan mengetahui hal itu, praktisi PR akan lebih mudah memperoleh dukungan masyarakat dan mengupayakan komunikasi yang lebih bersifat strategis.

Nah, dalam membangun pola komunikasi yang baik, jangan lupakan peran *public affairs*. Menurut Noke, baik PR maupun *public affairs* sama-sama memiliki andil dalam membangun pola komunikasi, mencegah dan menangani krisis yang dapat mengancam reputasi perusahaan. Namun keduanya menggunakan pola pendekatan berbeda. “Pada dasarnya *public affairs* merupakan fungsi dari *stakeholder engagement*, yang lebih *concern* terhadap persoalan politik, sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat,” tutupnya. ● [bel/ali](#)