



COLUMN

“Walk the Talk”

Sektor layanan atau jasa, termasuk komunikasi, sangat bergantung pada situasi ekonomi makro. Maka, jika para pengguna layanan/jasa konsultan *public relations* (PR) terdampak COVID-19, otomatis mereka pun akan merasakan hal serupa.

Maka, untuk meminimalisasi dampak tersebut, penting bagi kami selaku konsultan *public affairs* dan komunikasi untuk melakukan mitigasi isu. Jauh sebelum kasus pertama COVID-19 masuk ke Indonesia, Kiroyan Partners telah melakukan serangkaian mitigasi isu. Tepatnya, sejak WHO menyatakan wabah korona yang ditemukan di Wuhan, Cina sebagai darurat kesehatan global.

Upaya mitigasi yang dilakukan mulai dari memantau beragam isu yang sedang atau akan berpotensi memberi dampak, menganalisis isu, hingga memberikan rekomendasi kepada klien. Melalui *media monitoring*, saya ketika itu meminta tim untuk mencari referensi bagaimana perusahaan lain baik di dalam maupun luar negeri merespons kondisi ini. Khususnya, terkait penerapan prosedur protokol kesehatan bagi karyawan mereka.

Bahkan, jauh sebelum Pemprov DKI Jakarta memberlakukan Pembatasan

Sosial Berskala Besar (PSBB), kami telah menerapkan kebijakan bekerja dari rumah bagi seluruh karyawan. Tepatnya, 16 Maret 2020. Keyakinan itu juga didukung dengan kesiapan dari sisi infrastruktur internal yang menunjang sistem kerja fleksibel sejak dua tahun silam. Semua ini kami lakukan karena perusahaan menempatkan posisi untuk mendahulukan kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan karyawan selama pandemi berlangsung.

Adaptif

Tak bisa dipungkiri, mengingat karakteristik pekerjaan sebagai konsultan komunikasi memerlukan diskusi tim secara intensif, kebijakan WFH memang menjadi kendala tersendiri. Strategi yang kami lakukan ialah *walk the talk*. Dengan kata lain, kami mempraktikkan sendiri apa yang kami ajarkan dan anjurkan kepada klien. Yakni, berkomunikasi dengan baik kepada *stakeholder* di tengah ketidakpastian.

Kami juga dituntut untuk selalu lincah/fleksibel, cepat beradaptasi, tidak kaku, serta melakukan berbagai inovasi agar layanan yang diberikan tetap relevan dengan kebutuhan klien. Seperti halnya ketika kami dituntut mengubah secara cepat berbagai kegiatan yang awalnya diselenggarakan secara *off-line* menjadi *on-line*. Selain itu, melakukan pendekatan khusus dalam pelatihan eksekutif di bidang komunikasi dan *public affairs* agar peserta dapat tetap belajar secara optimal, termotivasi, serta terlibat dalam sesi pembelajaran meskipun dilakukan secara virtual. Kami juga mengadakan

pertemuan informal secara virtual dengan karyawan internal sebagai ajang mempererat hubungan dan hiburan bagi anggota tim KP. Namun, saya yakin perubahan ini nantinya juga berdampak untuk jangka panjang. Saya percaya ada banyak hal positif yang dapat kita teruskan meski kelak pandemi berakhir. Di antaranya, cara membangun *engagement* dengan karyawan, klien, dan media.

Lainnya yang tak kalah penting adalah komitmen untuk tetap memegang teguh nilai-nilai perusahaan. Sebab, di masa yang serba tidak pasti ini, prinsip dan nilai yang kita percayai akan menjadi kompas/panduan selama berhadapan dengan berbagai tantangan. Jadi, jangan sampai mengabaikan nilai-nilai organisasi. Justru, pada saat krisis seperti pandemi, kita akan diuji dengan nilai-nilai yang kita yakini.

Dari sekian banyak tantangan tadi, ada banyak hal positif yang bisa kita petik dari pandemi ini. Antara lain, makin meningkatnya kesadaran para pelaku bisnis terhadap pentingnya komunikasi krisis dan komunikasi internal. Tanpa dukungan *stakeholders* internal, organisasi sulit bergerak dari satu titik ke titik lain. Fungsi manajemen isu juga makin dianggap strategis. Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu mencermati berbagai hal yang sedang terjadi di tingkat global, regional, dan nasional. Sehingga, mereka selalu siap, bahkan mampu mencegah terjadinya “kejutan-kejutan” yang tidak menyenangkan.

Kondisi ini perlu ditangkap sebagai peluang oleh para konsultan komunikasi untuk terus meningkatkan keahliannya. Karena sejatinya jasa konsultan diperlukan oleh klien untuk membantu mereka melakukan pekerjaan di luar cakupan *business as usual*. Perusahaan yang ingin bisnisnya berkelanjutan pasti akan memerhatikan ketiga hal tadi. ●



Verlyana (Veve) Hitipeuw
CEO and Principal Consultant
Kiroyan Partners