

Strategi komunikasi krisis di era digital

Dani Miftahul Akhyar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494678&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Krisis bisa menimpa siapa saja, baik individu, organisasi, bahkan negara. Dalam krisis ekonomi yang melanda suatu perusahaan, banyak perusahaan menerapkan manajemen krisis sebagai salah satu fungsi yang harus dimiliki dalam manajemen organisasinya. Krisis yang meluas dan tidak segera diatasi akan mengganggu kinerja dan reputasi perusahaan. Padahal membangun reputasi organisasi tidak mudah dan perlu kerja keras selama bertahun-tahun yang dapat rusak dalam sekejap jika krisis yang melanda tidak ditangani dengan baik. Masalahnya, ada organisasi yang menangani isu dengan bagus dan berhasil, sementara organisasi lain gagal bahkan berakibat fatal bagi perusahaan. Dengan berkembangnya teknologi digital saat ini, terdapat pengaruh yang signifikan terhadap suatu perusahaan dalam hal menyikapi krisis dan komunikasi dalam suatu kondisi krisis. Teknologi digital dan internet memungkinkan organisasi memonitor potensi terjadinya krisis, dan sekaligus sebagai medium yang signifikan bagi organisasi untuk meng-counter krisis yang menyebar secara viral melalui media social. Oleh karena itu, teori tentang krisis dan komunikasi krisis di era digital perlu terus dikembangkan dalam manajemen krisis suatu perusahaan.