

LEMBAR KERJA MODUL 5
MENGELOLA KRISIS UNTUK MEMBANGUN REPUTASI

AYUB DWI ANGGORO M.Si.,Ph.D

LEMBAR KERJA 1

Diskusi kelompok tentang pengalaman peserta menghadapi krisis.

Tujuan Aktivitas:

- Berbagi pengalaman nyata dalam menghadapi krisis di organisasi masing-masing.
- Mengidentifikasi tantangan, kesalahan, dan solusi yang diterapkan.
- Membangun pemahaman kolektif tentang pentingnya manajemen krisis untuk reputasi organisasi.

Instruksi:

1. **Bentuk kelompok kecil** (4-5 orang).
2. **Diskusikan pertanyaan berikut** (30 menit):
 - Apa jenis krisis yang pernah dihadapi organisasi Anda? (operasional, finansial, reputasi, dll.)
 - Bagaimana organisasi merespons krisis tersebut? (langkah-langkah, komunikasi, keterlibatan stakeholder).
 - Apa dampaknya terhadap reputasi organisasi?
 - Apa yang bisa diperbaiki dari respons tersebut?
3. **Presentasikan hasil diskusi** (10 menit/kelompok).

Template Catatan Diskusi:

Aspek	Jawaban Kelompok
Jenis Krisis	
Respons Organisasi	
Dampak pada Reputasi	
Pembelajaran/Solusi	

Panduan Fasilitator:

- Dorong peserta untuk fokus pada **komunikasi** dan **manajemen reputasi** selama krisis.
- Bandingkan contoh kasus yang dibahas dengan prinsip teori di modul (kecepatan, transparansi, empati).

LEMBAR KERJA 2

Analisis SOP

Tujuan Aktivitas:

- Mengevaluasi kelayakan dan efektivitas SOP organisasi dalam mencegah atau menanggapi krisis.
- Mengidentifikasi celah prosedural yang berpotensi memperburuk krisis.

Instruksi:

1. Pilih SOP terkait krisis dari organisasi peserta (contoh: SOP penanganan keluhan, SOP komunikasi darurat, SOP keuangan).
2. Gunakan panduan analisis berikut (diskusi kelompok 45 menit).
3. Presentasikan temuan (15 menit/kelompok).

Aspek Evaluasi	Pertanyaan Kunci	Hasil Analisis	Rekomendasi Perbaikan
Kejelasan	Apakah langkah-langkahnya rinci dan mudah dipahami?		
Kesesuaian dengan Risiko	Apakah SOP mencakup skenario krisis potensial? (misal: penipuan, protes publik)		
Kecepatan Eksekusi	Apakah ada batas waktu (timeline) untuk tiap aksi? (contoh: respons dalam 1 jam)		
Stakeholder Terlibat	Apakah peran tiap pihak (tim komunikasi, manajemen, dll.) didefinisikan jelas?		
Pelatihan & Sosialisasi	Apakah SOP pernah dilatihkan/dimutakhirkan?		
Kontrol & Monitoring	Apakah ada mekanisme evaluasi pasca-krisis?		

Panduan Fasilitator

- **Fokuskan analisis pada:**
 - **Celah komunikasi** (misal: tidak ada protokol media sosial).
 - **Dampak reputasi** (contoh: SOP lambat → publik menganggap organisasi tidak transparan).
- **Hasil yang diharapkan:**
 - Daftar prioritas perbaikan SOP (contoh: buat SOP darurat media sosial, pelatihan rutin).

LEMBAR KERJA 3

Simulasi press release/wawancara media.

Tujuan Aktivitas:

- Melatih kemampuan peserta dalam menyusun pesan krisis yang **jelas, cepat, dan empatik**.
- Mempraktikkan keterampilan komunikasi di bawah tekanan seperti dalam situasi krisis nyata.

Durasi:

- **Total 30 menit** (15 menit persiapan, 15 menit simulasi).

Bagian 1: Menyusun Press Release Krisis

Instruksi:

1. **Baca skenario krisis** berikut (atau gunakan contoh dari organisasi peserta):
"Lembaga Anda dituduh oleh media menggunakan 30% dana donasi untuk gaji staf, bukan program sosial. Data ini tidak akurat, tetapi sudah viral di X / Twitter."
2. **Buat press release singkat** (maks. 1 paragraf) dengan struktur:
 - **Fakta:** Apa yang terjadi?
 - **Empati:** Pernyataan peduli terhadap keprihatinan publik.
 - **Tindakan:** Langkah konkret yang diambil (investigasi, klarifikasi, dll.).
 - **Kontak:** Narahubung untuk informasi lebih lanjut.

Template Press Release:

"[Nama Organisasi] menyadari adanya pemberitaan mengenai alokasi dana donasi pada [tanggal]. Kami sangat menghargai kepedulian masyarakat dan memastikan bahwa laporan tersebut mengandung ketidakakuratan. Kami sedang mempersiapkan laporan keuangan teraudit untuk diklarifikasi kepada publik. Informasi lebih lanjut dapat menghubungi [nama/narahubung] di [nomor/email]."

Kriteria Evaluasi:

- ✓ Kecepatan pesan (respons dalam 1 jam).
- ✓ Keseimbangan antara transparansi dan menjaga reputasi.
- ✓ Kesiapan mengoreksi kesalahan (jika ada)

Bagian 2: Role-Play Wawancara Media

Instruksi:

1. Bagi peran:

- **Juru Bicara:** Sampaikan pesan kunci dari press release.
- **Wartawan:** Ajukan pertanyaan kritis (contoh: "*Mengapa publik harus percaya klaim Anda?*").
- **Pengamat:** Catat apakah pesan konsisten dan empatik.

2. Simulasi (5 menit):

- Wartawan menanyakan 3 pertanyaan (contoh):
 1. "*Apa bukti bahwa dana tidak disalahgunakan?*"
 2. "*Apakah akan ada tindakan hukum terhadap media yang memberitakan ini?*"
 3. "*Bagaimana Anda memulihkan kepercayaan donor?*"

3. Diskusikan hasilnya:

- Apakah juru bicara terlihat kredibel?
- Apakah pesan krisis tetap terkendali?

Panduan Fasilitator:

• Tekankan prinsip komunikasi krisis:

- **Jangan berbohong** → Jika belum pasti, katakan "*masih dalam investigasi*".
- **Hindari menyalahkan pihak lain** → Fokus pada solusi.

• **Beri contoh bahasa tubuh** yang percaya diri (kontak mata, nada suara tenang).

LEMBAR KERJA 4

Role-play tanggapan krisis di media sosial.

Tujuan Aktivitas:

1. Melatih kemampuan merespons krisis secara cepat dan tepat di platform media sosial
2. Memahami perbedaan nada dan gaya komunikasi untuk berbagai jenis platform
3. Mengembangkan keterampilan mengelola percakapan online selama krisis

Durasi: 45 menit (15 menit persiapan, 25 menit simulasi, 5 menit evaluasi)

Bagian 1: Persiapan Skenario

Instruksi:

1. Pilih salah satu skenario krisis berikut:
 - o Seorang penerima bantuan mengklaim di Twitter bahwa paket bantuan Anda berisi makanan kadaluarsa
 - o Viral video TikTok yang menunjukkan staff organisasi bersikap kasar kepada relawan
 - o Postingan Facebook mengklaim dana donasi dialihkan untuk kepentingan pribadi
2. Tentukan peran:
 - o **Tim Media Sosial** (2-3 orang): Bertanggung jawab membuat respons
 - o **Publik/Netizen** (2-3 orang): Berperan sebagai komentator dengan berbagai sikap
 - o **Pengamat** (1-2 orang): Mencatat efektivitas respons

Bagian 2: Panduan Role-Play

Untuk Tim Media Sosial:

1. Analisis post viral tersebut:
 - o Platform apa yang digunakan?
 - o Seberapa luas penyebarannya?
 - o Siapa yang memposting?
2. Buat respons dengan mempertimbangkan:
 - o **Kecepatan:** Respons awal dalam 1 jam

- o **Nada:** Empatik namun profesional
- o **Konten:** Jelas, transparan, dan berorientasi solusi

Template Respons:

"Kami mengetahui [isu] yang beredar di [platform]. Kami sangat menyesalkan [situasi] dan sedang melakukan investigasi mendalam. Keselamatan [penerima manfaat] adalah prioritas kami. Update akan kami sampaikan segera. DM terbuka untuk informasi lebih lanjut. #KomitmenKami"

Untuk Publik/Netizen:

- Berperan sebagai:
 1. Korban/pelapor yang emosional
 2. Donatur yang kecewa
 3. Pihak netral yang meminta klarifikasi
 4. Penyebar hoax

Bagian 3: Simulasi (25 menit)

1. **Fase 1 (10 menit):**
 - o Netizen memposting konten krisis
 - o Tim media sosial merespons pertama kali
2. **Fase 2 (15 menit):**
 - o Diskusi berkembang dengan berbagai komentar
 - o Tim media sosial harus:
 - Menanggapi pertanyaan spesifik
 - Menahan emosi terhadap komentar provokatif
 - Memberikan update jika ada informasi baru

Alat Evaluasi

Checklist Kinerja Tim Media Sosial:

Kriteria	Ya	Tidak	Catatan
Respons awal dalam waktu 1 jam			
Mengakui masalah tanpa defensif			
Menunjukkan empati			
Memberikan timeline penyelesaian			
Konsisten di semua platform			

Menghindari debat tidak produktif			
-----------------------------------	--	--	--

Pertanyaan Refleksi:

1. Apa tantangan terbesar dalam merespons krisis di media sosial?
2. Bagaimana perbedaan respons di Twitter vs Facebook?
3. Kapan sebaiknya beralih dari respons publik ke percakapan privat?

Variasi Tingkat Kesulitan

1. **Level Pemula:** Krisis tunggal di satu platform
2. **Level Lanjut:**
 - o Krisis multi-platform
 - o Munculnya akun anonim yang memperkeruh situasi
 - o Permintaan wawancara langsung dari influencer

Catatan untuk Fasilitator:

- Sediakan contoh nyata dari kasus serupa
- Tekankan pentingnya:
 - o Screen capture bukti sebelum dihapus
 - o Koordinasi dengan tim hukum sebelum pernyataan resmi
 - o Pemantauan sentimen secara real-time

LEMBAR KERJA 5

Membuat rencana aksi pemulihan reputasi.

Tujuan Aktivitas:

1. Mengembangkan strategi konkret untuk memulihkan reputasi organisasi setelah krisis
2. Menyusun langkah-langkah terukur untuk membangun kembali kepercayaan stakeholder
3. Membuat timeline realistis untuk implementasi program pemulihan

Durasi: 60 menit (30 menit analisis, 30 menit penyusunan rencana)

Bagian 1: Analisis Dampak Krisis (*Langkah Persiapan*)

Instruksi:

Isi matriks berikut berdasarkan krisis yang dialami (nyata atau simulasi):

Aspek	Dampak Krisis	Stakeholder Terpengaruh	Tingkat Keparahan (1-5)
Kepercayaan publik			
Dukungan donor			
Relasi dengan mitra			
Moral internal staf			

Bagian 2: Penyusunan Rencana Pemulihan

Template Rencana Aksi:

1. Tujuan Pemulihan:

(Contoh: "Mengembalikan tingkat kepercayaan donor ke 80% dalam 6 bulan")

2. Strategi Utama:

Pilih minimal 3 dari opsi berikut:

- Transparansi ekstra (publikasi audit/laporan terbuka)
- Program perbaikan konkret (reformasi SOP)

- Kampanye positif (storytelling dampak organisasi)
- Engagement intensif (townhall meeting, webinar)
- Personal apology (permohonan maaf langsung ke pihak terdampak)

3. Langkah Detil:

Aksi	Target	Tim Penanggung Jawab	Timeline	Indikator Keberhasilan
Contoh: Publikasi laporan keuangan teraudit	Donatur utama	Tim Komunikasi & Keuangan	1 bulan setelah krisis	500+ unduhan laporan

4. Komunikasi Pemulihan:

Platform yang akan digunakan:

- Media sosial (prioritas: _____)
- Siaran pers
- Surat personal ke donor
- Pertemuan tatap muka
- Lainnya: _____

5. Monitoring & Evaluasi:

- Metrik yang akan dilacak: _____
- Frekuensi evaluasi: _____
- Penanggung jawab monitoring: _____

Bagian 3: Simulasi Presentasi Rencana

Instruksi:

1. Presentasikan rencana Anda seolah-olah kepada:
 - Dewan direksi (fokus pada ROI)
 - Media (fokus pada komitmen perubahan)
 - Penerima manfaat (fokus pada dampak program)
2. Gunakan struktur:

- "Kami belajar bahwa _____"
- "Kini kami berkomitmen untuk _____"
- "Bukti pertama adalah _____"

Alat Bantu:

Checklist Pemulihan Reputasi:

- Memiliki narasi positif yang konsisten
- Melibatkan pihak ketiga yang kredibel
- Menyediakan bukti perubahan (bukan hanya janji)
- Memiliki mekanisme umpan balik

Pertanyaan Kritis:

1. Apa bukti konkret yang bisa meyakinkan stakeholder?
2. Bagaimana mengukur kemajuan pemulihan?
3. Apa potensi hambatan dan solusinya?

Studi Kasus:

"Organisasi X kecolongan dana bantuan senilai Rp500 juta. Rencana pemulihan mereka:

1. *Audit eksternal + publikasi hasil*
2. *Pelatihan anti-fraud untuk seluruh staf*
3. *Program 'Open Day' untuk donor melihat langsung proyek"*

Variasi Aktivitas:

- **Level Dasar:** Fokus pada 1 strategi pemulihan
- **Level Lanjut:** Susun rencana multi-tahap (pemulihan jangka pendek & panjang)

Catatan Fasilitator:

- Tekankan pentingnya "over-communication" pasca krisis
- Sarankan untuk melibatkan "influencer" atau pihak yang dipercaya publik
- Ingatkan bahwa pemulihan reputasi adalah proses marathon, bukan sprint

LEMBAR KERJA 5

ETIKA DALAM DUNIA DIGITAL

Studi Kasus: Tanggung Jawab Pengguna Digital

Kasus:

"Seorang influencer membagikan postingan tentang 'vaksin menyebabkan autisme' tanpa sumber valid. Postingan tersebut viral dan memicu penolakan vaksinasi."

Pertanyaan:

1. Jenis pelanggaran etika digital apa yang terjadi?
 - Penyebaran misinformasi
 - Pelanggaran privasi
 - Cyberbullying
2. Apa dampak yang mungkin timbul?
 - Kesehatan publik terganggu
 - Menurunnya kepercayaan pada sains
 - Lainnya: _____
3. Bagaimana seharusnya influencer tersebut bertindak?
 - Mencabut postingan dan klarifikasi
 - Melakukan fact-checking sebelum posting
 - Lainnya: _____

LEMBAR KERJA 6

KEAMANAN SIBER & PERLINDUNGAN DATA

Kasus 1: Kebocoran Data Tokopedia (2020)

Fakta:

- Data 91 juta pengguna (nama, email, nomor telepon) bocor dan dijual di dark web
- Penyebab: Celah keamanan sistem

Analisis Hukum:

1. Pelanggaran UU PDP Pasal 4:
 - Hak subjek data yang dilanggar:
 - Hak atas keamanan data pribadi
 - Hak untuk diberitahu jika terjadi kebocoran
 - Kewajiban pengendali data yang tidak dipenuhi:
 - Perlindungan data yang memadai
 - Pelaporan insiden ke otoritas
2. Konsekuensi hukum menurut UU ITE Pasal 26:
 - Sanksi yang mungkin diterima Tokopedia:
 - Denda hingga Rp _____ miliar
 - Kewajiban perbaikan sistem

Kasus 2: Penyebaran Konten Pencemaran Nama Baik

Fakta:

- Selebgram A mengunggah status: "Produk skincare @BrandX palsu! Sudah 10 korban!" tanpa bukti
- Investigasi membuktikan klaim tersebut tidak benar

Analisis Hukum:

1. Pelanggaran UU ITE Pasal 27 ayat (3):
 - Unsur pidana:
 - Penyebaran informasi yang ditujukan untuk menghina
 - Kerugian materiil/imateriil Brand X
2. Upaya hukum yang bisa dilakukan Brand X:
 - Melaporkan ke polisi cyber
 - Gugatan perdata atas kerugian bisnis