



UPM
UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA
BERILMU BERBAKTI



MANUAL KOMUNIKASI KRISIS

TUJUAN MANUAL

Menyediakan panduan
pengurusan komunikasi di
universiti, perhubungan media
atau publik, iaitu semasa berlaku
kecemasan dan keselamatan,
bencana alam atau krisis untuk
sebarang isu yang berkaitan
dengan universiti.



SKOP & TANGGUNGJAWAB

Manual Komunikasi Krisis ini diguna pakai kepada semua Ketua Pusat Tanggungjawab dan Ahli Jawatankuasa Komunikasi Krisis UPM yang terlibat dalam pengurusan komunikasi dan penilaian sesuatu isu krisis.

Manual ini memberikan penekanan kepada proses **pengurusan komunikasi yang cepat, betul dan tepat** semasa berlakunya krisis supaya dapat memberikan impak positif kepada media, masyarakat kampus dan publik, sekali gus aktiviti komunikasi yang dilaksanakan akan meningkatkan imej dan reputasi universiti.

Bagaimanapun, semua aktiviti komunikasi semasa krisis berkaitan perhubungan media yang terkandung dalam Manual ini (mana-mana yang berkenaan) adalah tertakluk pada Polisi Media UPM Edisi 1.0 yang berkuat kuasa pada 15 April 2009.

- ➊ Menyokong fungsi utama universiti, iaitu pengajaran, penyelidikan dan perkhidmatan profesional dengan berteraskan aspek penyebaran maklumat dan meningkatkan persepsi positif pemegang taruh dalaman dan luaran terhadap UPM.
- ➋ Antara isu yang menjadi asas terhadap pelaksanaan Manual Komunikasi Krisis ini adalah seperti yang berikut:
 - Status UPM sebagai Universiti Penyelidikan
 - Status Swaakreditasi
 - Pengantarabangsaan
 - UPM destinasi pilihan kepada pelajar cemerlang
 - Jaringan masyarakat dan industri
 - UPM sebagai pusat kecemerlangan pendidikan, penyelidikan dan perkhidmatan pertanian dan biosumber tropika
 - Pengurusan risiko

- Mempunyai imej, identiti dan reputasi yang baik akan memberikan kesan kepada persepsi positif daripada masyarakat dan pelanggan universiti.
- Selain itu, imej, identiti dan reputasi adalah penting kepada UPM, terutamanya dalam mengekalkan statusnya sebagai salah sebuah Universiti Penyelidikan di Malaysia dan universiti yang berdaya saing di rantau ini.
- Imej dan identiti yang ditonjolkan melalui bidang kepakaran dalam bidang tersebut telah berjaya meningkatkan pengambilan pelajar dan jaringan antarabangsa untuk mendalami bidang yang dipelopori UPM.

Imej merupakan tanggapan publik terhadap identiti yang telah dibentuk oleh organisasi. Imej ini dibentuk dengan pelbagai cara untuk memudahkan publik membuat tanggapan yang tepat terhadap organisasi. Imej biasanya diterjemahkan oleh organisasi melalui aktiviti komunikasi. Antara aktiviti komunikasi adalah berbentuk nyata (tangible) seperti simbol, warna, budaya, mercu tanda, lagu, logo dan lain-lain. Manakala yang bukan nyata (intangibile) ialah dalam aspek hubungan media, hubungan komuniti dan beberapa program lain

Winfrey (1989), mengatakan bahawa reputasi korporat sebagai persepsi individu atau kumpulan terhadap keberkesanan korporat. Miles (1980) pula melihat reputasi korporat sebagai kebolehan organisasi mengurangkan ketidakpuasan hati terhadap organisasi.

- Menyelaraskan dan mengurus aktiviti komunikasi secara efisien dan berkesan semasa berlakunya krisis adalah penting berdasarkan objektif berikut:
 - Untuk melaksanakan ‘tindakan segera’ berkenaan situasi sesuatu krisis sebelum disalahtafsirkan oleh media, masyarakat kampus dan publik;
 - Untuk memastikan bahawa maklumat yang diterima oleh media, masyarakat kampus dan publik adalah tepat dan tidak bercanggah dengan fakta sebenar sesuatu krisis;
 - Untuk meminimumkan khabar angin dan persepsi negatif terhadap imej dan reputasi universiti;
 - Untuk menilai situasi krisis dan menentukan strategi maklum balas komunikasi;
 - Untuk mewujudkan Jawatankuasa Komunikasi Krisis yang akan membangunkan pelan tindakan komunikasi dan membantu pelaksanaan cadangan komunikasi atau maklum balas krisis.

KOMUNIKASI KRISIS

JAWATANKUASA

Jawatankuasa Komunikasi Krisis dilantik oleh Naib Canselor yang dianggotai oleh:

Pengerusi	:	Pengarah, Pejabat Pemasaran dan Komunikasi
Sekretariat	:	Ketua Seksyen Perhubungan Media
Ahli	:	Pengerusi, Jemaah Dekan
		Pengerusi, Jemaah Pengarah Institut
		Pengerusi, Jemaah Pengetua
		Pengarah, Pejabat Pengurusan Keselamatan dan Kesihatan Pekerjaan
		Pengarah, Pusat Antarabangsa
		Pengarah, Pejabat Pembangunan dan Pengurusan Aset
		Pengarah, Bahagian Keselamatan
		Ketua Pentadbiran, Pengajian Prasiswazah, Pejabat TNC (Akademik & Antarabangsa)
		Ketua, Bahagian Hal Ehwal Pelajar
		Ketua, Bahagian Pemasaran dan Komunikasi
		Ketua, Bahagian Perundang-Undangan
		Ketua, Bahagian Pengurusan Sumber Manusia
		Ketua, Pusat Kesihatan Universiti

PEJABAT PEMASARAN DAN KOMUNIKASI

Pejabat Pemasaran dan Komunikasi (MarComm) bertanggungjawab untuk *menyelaras, mengurus dan mengetuai* semua aktiviti komunikasi semasa krisis. Pegawai yang akan memainkan peranan untuk melaksanakan tugas tersebut ialah:

Pengarah

Pejabat Pemasaran dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
43400 Serdang, Selangor
Tel : 03-89466129
Faks: 03-89487273

Ketua, Bahagian Pemasaran dan Komunikasi

Pejabat Pemasaran dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
43400 Serdang, Selangor
Tel : 03-89466003
Faks: 03-89487273

Ketua, Seksyen Komunikasi Korporat

Pejabat Pemasaran dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
43400 Serdang, Selangor
Tel : 03-89467469
Faks: 03-89487273

PELAN TINDAKAN SEMASA KOMUNIKASI KRISIS

Apabila berlaku sesuatu isu atau krisis, Pengarah Pejabat Pemasaran dan Komunikasi (setelah mendapat persetujuan Naib Canselor) akan mengadakan mesyuarat dengan kadar 'segera' (selewat-lewatnya dalam tempoh satu jam selepas berlakunya insiden atau isu) dengan Jawatankuasa Komunikasi Krisis. Jawatankuasa ini berperanan membincangkan dan membangunkan pelan tindakan komunikasi berdasarkan perkara berikut:

- Mengenal pasti isu utama dan menyediakan maklumat lengkap insiden dan krisis (termasuk fakta, statistik, faktor perundangan dan kronologi isu jika berkaitan)
- Menyediakan maklum balas atau cadangan penyelesaian isu serta menguruskan situasi krisis sebelum ia menjadi isu publik
- Mengenal pasti audiens sama ada dalaman atau luaran (maklum balas isu atau insiden)
- Menyediakan maklumat isu yang jelas dan komprehensif kepada media, masyarakat kampus dan publik (jika berkaitan, bergantung pada jenis isu)
- Menentukan keperluan sidang media dan logistik media (jika perlu, bergantung pada jenis isu)
- Menentukan kaedah komunikasi berkesan untuk penyebaran maklumat berkaitan isu (jika perlu, bergantung pada jenis isu dan kumpulan sasaran terlibat)
- Menentukan aspek keselamatan yang melibatkan masyarakat kampus dan publik (jika berkaitan)

Naib Canselor Sebagai JurucaKap Universiti Utama

Walaupun universiti mempunyai Jawatankuasa Komunikasi Krisis, namun semua aktiviti komunikasi dengan media berkaitan isu atau krisis adalah di bawah tanggungjawab Ketua Pegawai Eksekutif universiti ataupun Naib Canselor. Oleh itu, Jawatankuasa Komunikasi Krisis atau Ketua Pusat Tanggungjawab (PTJ) yang mempunyai hubung kait secara terus dengan sesuatu isu atau krisis adalah bertanggungjawab secara terus dan membuat tindakan segera untuk menyampaikan sebarang maklumat berkaitan isu atau krisis berkenaan kepada Naib Canselor.

Timbalan Naib Canselor Sebagai JurucaKap Rasmi Universiti

Timbalan Naib Canselor boleh dilantik oleh Naib Canselor sebagai JurucaKap Rasmi Universiti dan diberi kuasa oleh Naib Canselor untuk menyampaikan pendirian universiti terhadap isu atau krisis yang signifikan dengan portfolio masing-masing. Bagaimanapun, sebarang maklumat yang disampaikan oleh Timbalan Naib Canselor hendaklah selari dengan pelan komunikasi krisis yang diwujudkan oleh Jawatankuasa Komunikasi Krisis.

Pengarah Pejabat Pemasaran dan Komunikasi Sebagai Jurucakap Rasmi Universiti

Pengarah Pejabat Pemasaran dan Komunikasi boleh dilantik oleh Naib Canselor sebagai Jurucakap Rasmi Universiti dan diberi kuasa oleh Naib Canselor, untuk menyampaikan maklumat terhadap isu atau krisis yang berlaku di universiti. Bagaimanapun sebarang kenyataan secara bertulis atau lisan yang dikeluarkan hendaklah berunding dan mendapat persetujuan daripada Naib Canselor terlebih dahulu dan maklumat tersebut mestilah selari dengan Pelan Komunikasi Krisis yang dibangunkan oleh Jawatankuasa Komunikasi Krisis.

Staf yang bukan Jurucakap Rasmi Universiti tidak dibenarkan membuat apa-apa kenyataan, ulasan atau selainnya kepada publik atau media kecuali, jika diarahkan oleh Naib Canselor.



KRISIS ISU YANG BERPOTENSI

Sebagai persediaan dalam membuat perancangan untuk memperkukuh pengurusan komunikasi semasa berlaku sesuatu krisis, terdapat beberapa isu yang mempunyai peluang dan potensi menjadi krisis. Antaranya ialah:

- Pilihan Raya Pelajar [contoh : penamaan calon, kempen, hari mengundi dan bantahan keputusan]
- Kemasukan Pelajar Baharu [contoh: penipuan surat tawaran]
- Konvokesyen [contoh : pengambilan jubah, pengurusan majlis konvokesyen, kelayakan bergraduat]
- Gangguan Seksual
- Peperiksaan [contoh : penipuan]
- Rasuah dan Penyalahgunaan Kuasa
- Penahanan Pelajar [contoh : Dadah, Mencuri, Kempen Pilihan Raya]

KRISIS ISU YANG BERPOTENSI

- Plagiarisme
- Gangguan terhadap perkhidmatan universiti (*Major Interruption in Service*)
- Perkhidmatan Makanan [contoh : Kafeteria]
- Perkhidmatan Pelanggan
- Jenayah [contoh: rompakan, bunuh diri, pergaduhan, pembunuhan]
- Sabotaj dan vandalisme
- Demonstrasi
- Isu silang budaya
- Ancaman
- Jenayah
- Infrastruktur
- Alam sekitar
- Kemalangan
- Serangan wabak







PROSEDUR KOMUNIKASI KRISIS

Mendapatkan Maklumat Isu dan Sumber

Mendapatkan maklumat isu atau insiden yang berlaku daripada PTJ yang mempunyai hubung kait atau punca sesuatu isu.

Tindakan : Pengarah MarComm

PTJ yang mempunyai hubung kait dan punca sesuatu isu perlu mengemukakan maklumat dengan kadar segera kepada Naib Canselor dan Pengarah Pejabat Pemasaran dan Komunikasi

Tindakan : Ketua PTJ Berkenaan

Sekiranya isu berkaitan bencana, PTJ perlu menghubungi Bahagian Keselamatan, Pusat Kesihatan Universiti dan Pejabat Pengurusan Keselamatan dan Kesihatan Pekerjaan dengan kadar segera

Tindakan : Ketua PTJ Berkenaan

PROSEDUR KOMUNIKASI KRISIS

Mesyuarat Jawatankuasa Komunikasi Krisis

Menguruskan mesyuarat Jawatankuasa Komunikasi Krisis dengan kadar segera setelah mendapat persetujuan daripada Naib Canselor atau pegawai yang diberi kuasa

[bergantung pada jenis isu, ahli jawatankuasa akan ditambah daripada wakil PTJ atau kepakaran yang berkaitan]

Tindakan : Pengarah MarComm

Membangunkan Pelan Tindakan Komunikasi Krisis dan melaksanakan pelan tersebut dengan berkesan. Antaranya:

- Mengenal pasti jurucakap universiti
- Maklumat ringkas isu atau insiden
- Cadangan penyelesaian atau cadangan tindakan berkaitan insiden atau isu
- Menyediakan kandungan penting kenyataan media
- Menentukan saluran komunikasi dan jadual komunikasi untuk hebahan kumpulan sasaran
- Sidang Media

Tindakan : Pengerusi Jawatankuasa Krisis

PROSEDUR KOMUNIKASI KRISIS

Pusat Tanggungjawab yang akan mengendalikan secara langsung insiden atau isu krisis mestilah diberikan maklumat komprehensif supaya sebarang panggilan telefon yang dibuat oleh publik atau kumpulan yang berkepentingan terhadap pertanyaan isu dapat disalurkan dengan tepat. Antara Pusat Tanggungjawab tersebut ialah:

- Pejabat Naib Canselor, 03-89468979
- Pejabat Pemasaran dan Komunikasi, 03-89466003
- Bahagian Keselamatan, 03-89467990
- Pusat Kesihatan Universiti, 03-89467332
- Bahagian Hal Ehwal Pelajar, 03-89466064
- Bahagian Akademik, 03-89466055

PROSEDUR KOMUNIKASI KRISIS

Membuat penilaian Pelan Tindakan Komunikasi Krisis

Jawatankuasa Komunikasi Krisis akan mengadakan mesyuarat selewat-lewatnya dalam tempoh dua minggu selepas insiden atau isu krisis untuk melihat keberkesanan pelan tindakan dan membuat cadangan atau penambahbaikan untuk mana-mana tindakan yang dianggap sebagai tidak efisien dan kurang berkesan.

Tindakan : Pengerusi Jawatankuasa Krisis

Menyediakan Maklumat Terkini

Bagi sesetengah isu krisis atau insiden yang memerlukan pemantauan yang berterusan, Jawatankuasa Komunikasi Krisis mestilah menyediakan maklumat terkini berkenaan perkembangan isu atau insiden selepas tindakan terhadap insiden dilaksanakan. Kaedah penyampaian maklumat boleh disalurkan melalui kaedah komunikasi seperti e-mail, laman sesawang dan berita supaya masyarakat kampus atau kumpulan berkepentingan sentiasa mendapat maklumat yang tepat dan betul berkaitan insiden atau isu.

Tindakan : Pengerusi Jawatankuasa Krisis