

"KRISIS VIRAL?" JANGAN PANIK CARA SELAMATKAN REPUTASI JENAMA ANDA DI MEDIA SOSIAL

Disediakan oleh: Amirul Imran bin Abu Kasim

🚩 Satu Komen Negatif Boleh Musnahkan Bertahun-tahun Kepercayaan

Bayangkan anda bangun pagi dan mendapati satu hantaran pelanggan yang tidak puas hati tentang produk anda telah menjadi *viral*. Ribuan komen masuk. Netizen mula mengecam. Media mula berkongsi. Dalam beberapa jam sahaja, reputasi yang dibina bertahun-tahun boleh runtuh.

Ini adalah realiti dunia digital hari ini.

Menurut DataReportal 2025, terdapat lebih **5.24 bilion pengguna media sosial aktif di seluruh dunia**, menjadikan media sosial saluran paling pantas menyebarkan maklumat, sama ada positif atau negatif. (Kemp, 2025)

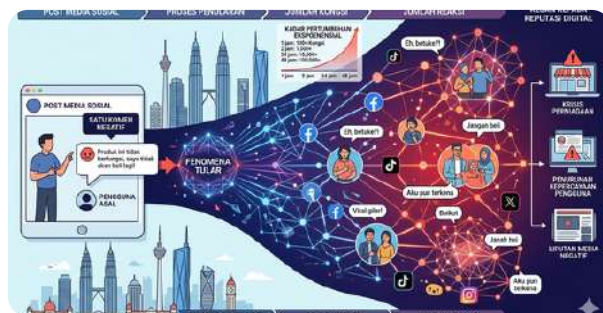
🚩 APA ITU PENGURUSAN KRISIS DI MEDIA SOSIAL?

Pengurusan krisis media sosial ialah proses mengenal pasti, mengawal dan memulihkan situasi yang boleh menjejaskan reputasi jenama atau organisasi di platform digital.

Antara krisis yang paling kerap berlaku:

- Aduan pelanggan yang viral
- Penyebaran maklumat palsu
- Kesilapan posting media sosial
- Produk atau perkhidmatan bermasalah
- Kontroversi melibatkan pekerja atau pengurusan

Menurut Meltwater (2026), **krisis media sosial kini merebak lebih pantas** berbanding sebelum ini kerana pengguna boleh berkongsi maklumat secara masa nyata. (Mathew, 2026)



🎯 FORMULA 5R MENGURUS KRISIS MEDIA SOSIAL

1. 🔍 Kenal Pasti Awal

Pantau media sosial secara konsisten.

Gunakan:

- Google Alerts
- Meta Business Suite
- Hootsuite
- Sprout Social
- Meltwater

Tip: Lebih awal krisis dikesan, lebih mudah dikawal.

2. ⚡ Bertindak Balas Pantas

Jangan berdiam diri terlalu lama.

- ✓ Akui isu sedang disiasat.
- ✓ Berikan maklumat yang sahih.
- ✓ Elakkan menyalahkan pihak lain.

Kajian Sprout Social menunjukkan **93% pengguna mengharapkan jenama bertindak aktif menangani maklumat salah dan isu yang timbul.** ([Sprout Social, 2025](#))

3. 📝 Perbetulkan Kesilapan

Jika organisasi benar-benar melakukan kesilapan:

- Mohon maaf secara profesional
- Terangkan tindakan pembetulan
- Nyatakan langkah pencegahan

Ketelusan meningkatkan keyakinan pelanggan.

4. 🗣️ Yakinkan Audiens

Berkomunikasi secara konsisten melalui:

- Media sosial
- Website rasmi
- Emel pelanggan

Pastikan mesej yang disampaikan seragam di semua platform.

5. 🔄 Nilai Semula

Selepas krisis reda:

- Analisis punca
- Nilai kelemahan proses
- Kemas kini SOP
- Latih pasukan

Setiap krisis ialah peluang penambahbaikan.

30% pengguna merancang **meningkatkan penggunaan media sosial** pada tahun 2025. ([Sprout Social, 2025](#))

💡 TIPS EMAS MENGELAKKAN KRISIS

- ✓ Wujudkan Pasukan Tindak Balas Krisis.
- ✓ Sediakan SOP komunikasi kecemasan.
- ✓ Pantau sentimen pelanggan setiap hari.
- ✓ Simpan templat kenyataan rasmi.
- ✓ Latih kakitangan berkaitan media sosial.
- ✓ Sentiasa sahkan fakta sebelum memberi respons.



KESIMPULAN

Dalam era digital, krisis bukan lagi persoalan "jika", tetapi "bila". Organisasi yang berjaya bukanlah yang tidak pernah menghadapi krisis, tetapi yang mampu **bertindak pantas, telus dan profesional apabila krisis berlaku**.

Ingat, reputasi boleh mengambil masa bertahun-tahun untuk dibina, tetapi hanya beberapa minit untuk dimusnahkan. Oleh itu, melakukan persediaan adalah senjata paling ampuh dalam pengurusan krisis media sosial.



SUMBER RUJUKAN

From Crisis to Connection: How to Build a Social Media Crisis Management Strategy. (2025). Sprout Social.
<https://sproutsocial.com/insights/guides/social-media-crisis-management/>

Kemp, S. (2025, February 5). *Digital 2025: Global Overview Report.* DataReportal; Kepios.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>

Kemp, S. (2025, February 5). *Digital 2025: the state of social media in 2025.* DataReportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-sub-section-state-of-social>

Mathew, W. (2026, April 21). *PR Crisis Management: 10 Steps to Protect Your Brand in 2026.* Meltwater. <https://www.meltwater.com/en/blog/10-steps-to-managing-a-pr-crisis>