



Judul Buku : Integrated Marketing Communications In Risk and Crisis Contexts : A Culture Centered Approach

Pengarang/Penulis : Robert S. Littlefield, Deanna D. Sellnow, Timothy L. Sellnow

Penerbit : Lexington books

Tahun Terbit : 2021

ISBN : 9781793618771

Jumlah Halaman : 210 halaman

Buku "Integrated Marketing Communications In Risk and Crisis Contexts: A Culture Centered Approach" oleh Robert S. Littlefield, Deanna D. Sellnow, dan Timothy L. Sellnow, muncul sebagai sumber penting yang mengulas integrasi komunikasi pemasaran dalam mengelola krisis dengan fokus pada budaya. Diterbitkan oleh Lexington Books pada tahun 2021 dengan 210 halaman dan ISBN 9781793618771, buku ini dimulai dengan menekankan pentingnya komunikasi efektif dalam mengurangi dampak negatif krisis serta meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas organisasi. Konsep dasar Integrated Marketing Communications (IMC) diperkenalkan dan diilustrasikan bagaimana penerapannya dalam konteks krisis.

Salah satu keunggulan buku ini adalah pendekatan berpusat pada budaya, yang menyoroti pentingnya memahami dan menghormati perbedaan budaya dalam strategi komunikasi krisis. Buku ini tidak hanya mengupas dasar-dasar IMC, tetapi juga menyajikan contoh nyata dan studi kasus untuk memperkuat pemahaman pembaca tentang teori yang dijelaskan. Pembahasan tentang persiapan krisis, peran media sosial dalam komunikasi krisis, serta bagaimana membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan juga disertakan dengan baik dalam buku ini.

Namun demikian, buku ini memiliki beberapa potensi keterbatasan. Meskipun membahas berbagai studi kasus, ada kemungkinan bahwa cakupannya tidak mencakup semua jenis krisis atau aspek global yang lebih luas. Selain itu, dalam beberapa kasus, pembaca mungkin mengharapkan lebih banyak detail tentang teknik-teknik komunikasi spesifik atau perkembangan terbaru dalam media sosial yang mempengaruhi komunikasi krisis.

Bab-bab awal buku ini membahas tentang dasar-dasar IMC dan bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan dalam konteks risiko dan krisis. Penulis memberikan contoh-contoh nyata dan studi kasus yang membantu pembaca memahami teori yang disampaikan. Mereka juga menjelaskan tentang pentingnya kesiapan krisis dan bagaimana organisasi dapat mempersiapkan diri sebelum krisis terjadi.

Selain itu, buku ini juga mengupas tentang peran media dalam komunikasi krisis. Penulis menekankan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi selama krisis. Mereka memberikan strategi tentang bagaimana memanfaatkan media sosial secara efektif untuk menyampaikan pesan dan berinteraksi dengan publik.

Penulis juga membahas tentang pentingnya membangun dan memelihara hubungan dengan pemangku kepentingan. Dalam situasi krisis, hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan dapat membantu organisasi mendapatkan dukungan dan kepercayaan. Buku ini memberikan panduan tentang bagaimana membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan melalui komunikasi yang transparan dan konsisten.

Buku ini juga mengajarkan tentang teknik-teknik komunikasi yang efektif dalam situasi krisis. Penulis memberikan tips tentang bagaimana menyusun pesan yang jelas dan persuasif, serta bagaimana menyampaikan pesan tersebut melalui berbagai saluran komunikasi. Mereka juga menekankan pentingnya evaluasi dan feedback dalam komunikasi krisis.

Salah satu bagian menarik dari buku ini adalah studi kasus yang menggambarkan penerapan IMC dalam berbagai situasi krisis. Studi kasus ini memberikan wawasan praktis tentang bagaimana teori yang disampaikan dapat diterapkan dalam dunia nyata. Penulis menggambarkan berbagai situasi krisis, mulai dari bencana alam hingga skandal perusahaan, dan bagaimana komunikasi yang efektif dapat membantu mengatasi krisis tersebut.

Buku ini juga membahas tentang etika dalam komunikasi krisis. Penulis menekankan bahwa kejujuran dan transparansi adalah kunci dalam membangun kepercayaan dengan publik. Mereka juga menjelaskan tentang pentingnya menghormati budaya dan nilai-nilai lokal dalam menyusun pesan krisis.

Dalam bab terakhir, penulis merangkum semua konsep dan strategi yang telah dibahas sebelumnya. Mereka memberikan panduan langkah demi langkah tentang bagaimana menyusun rencana komunikasi krisis yang efektif. Penulis juga menekankan pentingnya latihan dan simulasi untuk memastikan kesiapan organisasi dalam menghadapi krisis.

Secara keseluruhan, "Integrated Marketing Communications In Risk and Crisis Contexts: A Culture Centered Approach" adalah sumber daya yang sangat berharga bagi para profesional pemasaran, komunikasi, dan manajemen krisis. Buku ini menawarkan panduan yang komprehensif dan praktis tentang bagaimana mengintegrasikan komunikasi pemasaran dalam situasi krisis, dengan pendekatan yang berpusat pada budaya.

Dengan pembahasan yang mendalam dan berbagai contoh kasus, buku ini membantu pembaca memahami teori dan melihat penerapan nyata dalam dunia bisnis. Buku ini tidak hanya bermanfaat bagi praktisi, tetapi juga bagi akademisi dan mahasiswa yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang komunikasi krisis dan manajemen risiko.

Untuk siapa pun yang tertarik dalam bidang komunikasi pemasaran dan manajemen krisis, buku ini adalah bacaan wajib. Dengan pendekatan yang berbasis bukti dan berpusat pada budaya, buku ini memberikan panduan yang sangat berharga untuk mencapai komunikasi yang efektif dalam situasi krisis.

Jika kamu ingin membaca lebih lengkap mengenai buku ini, kamu bisa meminjam buku ini di Perpustakaan Universitas Pembangunan Jaya! Selamat membaca.

Oleh:

Nama : Hani Subakti

NIM : 2020041038

Prodi : Ilmu Komunikasi