

Peranan social media release dalam mempengaruhi opini konsumen pada manajemen isu organisasi = The role of social media release in influencing consumers opinion on organisation's issue management

Aisha Nabila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368970&lokasi=lokal>

Abstrak

Keberadaan cyber media telah memungkinkan praktisi kehumasan untuk menyampaikan pesan dengan cepat, terutama pada saat isu atau krisis yang menimpa organisasi. Menggunakan analisis konten dan desktop research sebagai metode penelitian, paper ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana brand dapat mempengaruhi opini konsumennya melalui social media release (SMR) ketika isu menimpa brand tersebut. Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, penulis menggunakan studi kasus terhadap Danone Dumex Singapore terkait isu kontaminasi yang menimpanya pada Agustus 2013 lalu. Hasil penelitian diharapkan dapat dieksplorasi lebih jauh pada penelitian-penelitian selanjutnya guna meningkatkan performa brand dalam manajemen isu pada praktik kehumasan di masa yang akan datang.

.....

Cyber media has made it possible for Public Relations practitioners to deliver messages to public in a timely manner, especially at times of issue and/or crisis. Using content analysis and desktop research in methodology, this review paper aims to bring together key findings on how brands can influence its consumer's opinion during its difficult times through social media release (SMR). This paper involves a case study of Danone Dumex Singapore issue management during its bacterial contamination issue on August 2013. Possible threats and opportunities in the key findings could be explored to improve brand's performance on issue management for future Public Relations practice.