

Manajemen krisis Express Group : Studi kasus perampokan taksi putih tahun 2014 = Crisis management in Express Group : Case study white taxi robbery in 2014

Rindy Ayu Lestari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423923&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Taksi merupakan sarana transportasi yang dianggap memenuhi faktor keamanan dan kenyamanan. Namun ternyata keamanan dapat mengalami gangguan dalam setiap bentuk transportasi, tidak terkecuali taksi. Harapan pelanggan mengenai Express Group sebagai taksi yang aman, menjadi tidak sesuai ketika muncul sebuah isu bahwa terjadi kasus perampokan di dalam taksi putih yang identik dengan taksi Express. Perkembangan isu perampokan taksi putih di media sosial dan media online berpotensi menjadi krisis kepercayaan bagi Express Group. Melakukan klarifikasi terhadap hal-hal yang tidak sesuai dengan fakta yang ada, merupakan langkah yang tepat untuk dilakukan sejak awal ketika isu mulai berkembang. Selain itu, manajemen krisis juga perlu dilakukan oleh praktisi PR dalam upaya untuk mempertahankan perusahaan agar tidak mengalami kerugian yang meluas. Setelah menghadapi kasus yang merugikan, Express Group membuat kampanye PR yang bertujuan untuk memperbaiki kembali citra perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, dalam jurnal ini penulis menggunakan dua konsep besar yaitu isu dan krisis untuk menganalisis lebih dalam mengenai kasus yang terjadi pada Express Group.

ABSTRACT

Taxi is a means of transportation that is considered to meet the safety (security) and comfort. But apparently security can be impaired in any form of transport, is no exception taxi. Customer expectations regarding Express Group as taxis are safe, be inappropriate when an issue arises that a case of robbery in a white taxi cab is identical to the Express. White taxi robbery issues development in social media and online media has the potential to become a crisis of confidence for the Express Group. Clarifying the things that are inconsistent with the facts, is the right step to do from the beginning when the issue began to develop. In addition, crisis management should also be conducted by public relations practitioners in an effort to maintain the company in order not suffered widespread losses. After facing the adverse case, the Express Group made a PR campaign that aims to restore the company's image. Accordingly, in this paper the authors used two major concepts that issues and crises to analyze more deeply about the case with the Express Group.