

Manajemen krisis public relations Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam menyikapi berita bohong (hoaks) yang beredar terkait dengan kebijakan registrasi ulang kartu prabayar (periode Oktober-November 2017) = Public relations crisis management which have been implemented by Ministry of Communication and Information to respond hoaxes related to re-registration prepaid cards policy (October-November 2017 period)

Shafira Anisa Mujiastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482584&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai manajemen krisis Public Relations yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam menyikapi berita bohong (hoaks) yang beredar terkait dengan kebijakan registrasi ulang kartu prabayar dengan periode penelitian bulan Oktober hingga November 2017. Hoaks yang tersebar diantaranya adalah tentang akan adanya penyalahgunaan data, penggunaan nama ibu kandung saat registrasi, dan mempunyai tujuan politik. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi manajemen krisis yang dilakukan Kemkominfo dalam menyikapi berita bohong yang beredar terkait dengan kebijakan registrasi ulang kartu prabayar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Hasil penelitian adalah Kemkominfo bersikap aktif dalam menangani krisis karena mereka langsung melakukan diskusi dengan pihak yang terkait dan langsung klarifikasi melalui berbagai media. Lalu, humas Kemkominfo belum sepenuhnya melaksanakan konsep-konsep teoritis dalam menangani krisis seperti tidak membuat batasan isu beserta dampaknya dan tidak memposisikan citra perusahaan.

.....

This thesis discuss about Public Relations crisis management strategy which have been implemented by Ministry of Communication and Information to respond about hoaxes related to the re-registration of prepaid cards policy with a research period from October until November 2017. The hoaxes are about data misuse, use of biological mothers name when registering the cards, and have political goals. The goal of this research is to analyze the Public Relations crisis management strategies which have been implemented by Ministry of Communication and Information to respond about hoaxes related to the re-registration of prepaid cards policy. This research uses qualitative and descriptive approach. This research found that the Ministry of Communication and Information were active in handling the crisis because they immediately held discussions with the parties concerned and do clarification through various media. Then, Public Relations of Ministry Communication and Information has not fully implemented theoretical concepts in dealing with crises such as limit the issues and impacts, and not positioning the company image.