

Manajemen Isu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat dalam Membentuk Reputasi Menghadapi Isu #BubarkanKPI = Issue Management Indonesian Broadcasting Commission (KPI) to Form a Reputation Facing #BubarkanKPI Issue.

Bianca Michelle Marisi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505303&lokasi=lokal>

Abstrak

Isu #BubarkanKPI mempengaruhi reputasi Komisi Penyiaran Indonesia sebagai representasi publik di bidang penyiaran. Diperlukan manajemen isu yang baik untuk membentuk reputasi KPI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan isu KPI dalam membentuk reputasi menghadapi isu #BubarkanKPI serta upaya dan kendalanya menghadapi isu ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma post positivistik dan pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi, studi pustaka. Teknik Analisa data menggunakan data reduction, data display, dan verification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan pengelolaan atau manajemen isu khususnya di media sosial, KPI belum melakukannya secara maksimal. KPI melalui humasnya menggunakan 4 tahap manajemen isu, yakni planning, monitoring, analysing, dan communicating dan melakukan upaya untuk membentuk reputasi menggunakan influencer dan publik figur. Kendala yang dihadapi KPI adalah tidak adanya juru bicara dan kurangnya kompetensi sumber daya manusia dalam mengelola isu di media sosial.The #BubarkanKPI issue has quite influenced the reputation of the Indonesian Broadcasting Commission as public representation in the broadcasting field. Issue management is needed to form the reputation of the Indonesian Broadcasting Commission. This study aims to analyze issue management in Indonesian Broadcasting Commission and analyze effort and difficulties in forming KPI's reputation. This research uses qualitative descriptive approach with post-positivist paradigm by collecting data with, interview, observation and literature study. The data analyzed through data reduction, data display, and verification. The results showed that in managing issues especially on social media, KPI had not done it maximally. KPI through its public relations uses 4 stages of issue management; planning, monitoring, analyzing, and communicating and making efforts to build a reputation using influencers and public figures. The difficulties faced by KPI is the absence of a spokesperson and the lack of human resource competence in managing issues on social media.