

Peran Hubungan Masyarakat dalam Mengelola Manajemen Media Saat Komunikasi Paracrisis (Studi Terhadap Kasus Pembayaran PT Wijaya Karya (Persero) Tbk kepada Mitra Kerja) = The Role of Public Relations in Managing Media Management During Paracrisis Communication (A Case Study on the Payment Issue of PT Wijaya Karya (Persero) Tbk to Business Partners)

Anggi Ferina Juliyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536527&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas paracrisis yang dihadapi oleh PT Wijaya Karya (Persero) Tbk (WIKA), terutama terkait dengan keterlambatan pembayaran kepada mitra kerja. Dalam situasi ini, WIKA dihadapkan pada serangkaian keluhan dan protes dari vendor dan subkontraktor melalui komentar media sosial, terutama Instagram. Dengan menerapkan pendekatan Situational Crisis Communication Theory dan Image Restoration Theory, penelitian ini menganalisis dampak paracrisis terhadap reputasi perusahaan serta strategi hubungan masyarakat dalam mengelola media sosial dan hubungan dengan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WIKA mengatasi paracrisis dengan menerapkan strategi reformasi untuk mengkomunikasikan prosedur pengaduan melalui media sosial dan merespons isu-isu secara responsif. Selain itu, dukungan positif dari media turut berkontribusi secara signifikan untuk meminimalisir dampak negatif pada reputasi perusahaan. WIKA juga telah melakukan dua tahap Image Restoration Theory, yakni simple denial dan reducing the offensiveness. Keberhasilan WIKA dalam mengelola paracrisis ini menekankan pentingnya transparansi dan responsif terhadap masalah yang muncul, serta menjalin hubungan positif dengan media sebagai bagian integral dari strategi hubungan masyarakat.

.....

This study discusses the paracrisis faced by PT Wijaya Karya (Persero) Tbk (WIKA), especially related to payment delays to business partners. In this situation, WIKA faced a series of complaints and protests from vendors and subcontractors through social media comments, particularly on Instagram. By applying the Situational Crisis Communication Theory and Image Restoration Theory, this research analyzes the impact of the paracrisis on the company's reputation and public relations strategies in managing social media and relationships with the media. The results indicate that WIKA addressed the paracrisis by applying a reformatory strategy to communicate complaint procedures through social media and respond to issues responsively. Additionally, positive support from the media significantly contributed to minimizing negative impacts on the company's reputation. WIKA also implemented two stages of the Image Restoration Theory, namely simple denial and reducing offensiveness. The success of WIKA in managing this paracrisis emphasizes the importance of transparency and responsiveness to emerging issues, as well as building positive relationships with the media as an integral part of public relations strategy.