

Manajemen krisis humas tokobagus.com : Studi kasus iklan penjualan balita = Crisis management public relations of tokobagus.com : Case study advertising sale of toodler

Nungky Yunita Rakhman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423919&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi dan internet saat ini membawa kita pada era penggunaan situs jual beli Online yang terus berusaha memberi kemudahan kepada kita untuk melakukan transaksi jual-beli. Namun pada kenyataannya perkembangan tersebut sesungguhnya belum diimbangi dengan antisipasi dampak negatif yang mungkin saja muncul seperti penipuan, pencemaran nama baik, hingga cyber bullying yang mungkin saja terjadi pada dunia maya. Hal ini yang terjadi pada salah satu perusahaan E-commerce Indonesia yaitu PT Tokobagus.

Pada jurnal ini akan mengangkat analisis kasus yang menimpa tokobagus.com pada awal tahun 2013 dengan sudut pandang manajemen humas. Serta langkah apa saja yang sudah diambil dan bagaimana seharusnya langkah tersebut diaplikasikan sesuai konsep-konsep Management Crisis Public Relations. Karena bagaimanapun permasalahan yang terjadi pada suatu perusahaan, akan memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan. Permasalahan tersebut dapat memberikan dampak buruk terhadap kepercayaan publik serta pada citra yang dimiliki perusahaan. Sesuai dengan konsep Public relations membangun, menjaga dan memperbaiki citra perusahaan merupakan tugas utama seorang praktisi Public Relations. Penggunaan strategi penanganan permasalahan yang tepat sesuai dengan jenis krisis yang sedang terjadi dapat memberikan hasil yang efektif bagi pihak perusahaan maupun stakeholder perusahaan.

<hr><i>ABSTRACT

The rapid development of technology and the internet today brings us to the era of the use of online trading site that always try to provide us many conveniences to carry out transactions. But in fact, these developments have not been appropriate with the real anticipations of negative impacts, which may come up as a fraud, defamation, or even cyber bullying which may be done in cyberspace. This is exactly what happened to one of Indonesian E-commerce company, PT Tokobagus.

This paper will analyze the case of tokobagus.com in the beginning of 2013, using the standpoint of public relations management. It will also analyze what actions had been taken by the company and how these actions should be applied according to the concepts of Crisis Management Public Relations. However, the problems that occur in a company, will affect the sustainability of the company. Those problems could adversely affect public confidence as well as the image of the company. According to the concept of public relation, the main task of a Public Relation practioners is to build, maintain and reform the image of the enterprise. The use of appropriate strategies to address the problem in accordance with the type of the current crisis can achieve the effective results either for the company it self or even its stakeholders.