

Analisis implementasi cyber public relations membangun citra organisasi : studi pada Badan Koordinasi Penanaman Modal = Analysis cyber public relations implementations for corporate image: case study at Indonesia Investment Coordinating Board

Ike Widya Ningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20467821&lokasi=lokal>

Abstrak

Sering ditemukannya informasi yang tidak faktual dan terkadang tidak berimbang antara kenyataan dengan pemberitaan terkait organisasi pemerintahan membuat humas BKPM harus menerapkan strategi komunikasi dalam membangun citra organisasi. Implementasi Cyber Public Relations (CPR) dipandang perlu dilakukan oleh Humas BKPM guna penyampaian informasi yang kepada publik dalam membangun citra organisasi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa implementasi kegiatan CPR melalui dimensi e-government, strategi pengelolaan CPR dan menilai citra organisasi dengan basic dimensions of corporate image. Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam sebagai data primer dan dokumen internal BKPM sebagai data sekunder. Sedangkan paradigma yang digunakan adalah paradigma post-positivism. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra organisasi telah dibangun dengan mengimplementasikan CPR. Jika dilihat dari dimensi e-government sudah ada 7 dimensi yang terlaksana. Sedangkan untuk strategi pengelolaan media online sudah dilakukan dengan menentukan tujuan komunikasi, target audience, tema, isi dan pemilihan saluran media online.

.....

Often the discovery of information that is not factual and sometimes unbalanced between the reality with the news related to government organizations to make public relations BKPM should implement communication strategies in building the image of the organization. Implementation of Cyber Public Relations (CPR) is deemed necessary by Public Relations BKPM in order to deliver information to the public in building the image of the organization. The purpose of this study is to know and analyze the implementation of CPR activities through the dimensions of e-government, CPR management strategies and assess the image of the organization with basic dimensions of corporate image. The research method is qualitative descriptive by conducting in-depth interview as primary data and BKPM internal document as secondary data. While the paradigm used is the postpositivism paradigm. The results show that organizational image has been built by implementing CPR. When viewed from the dimensions of e-government already exist 7 dimensions are implemented. As for online media management strategy has been done by determining the purpose of communication, target audience, theme, content and selection of online media channels.