

Aktivitas humas internal dan eksternal dalam proses kerja perusahaan rintisan hubungan dengan karyawan pemegang saham, hubungan dengan media, pelanggan masyarakat luas yang dilakukan oleh airfrov indonesia = Internal and external public relations activities in start up company employee stockholder relations media relations consumer audience relations in airfrov indonesia

Fauziah Putri Oktaviani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472754&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari dibuatnya tulisan ini adalah untuk mengetahui aktivitas-aktivitas humas yang dilakukan di dalam perusahaan rintisan start-up Airfrov Indonesia selama dua tahun ke belakang. Dalam tulisan ini dibahas pula mengenai alasan perusahaan belum membentuk divisi public relations secara khusus. Konsep dan tinjauan literatur mengenai aktivitas humas yang dibagi berdasarkan publiknya yaitu internal dan eksternal digunakan dalam penelitian ini untuk mengerucutkan hasil temuan dan diskusi menjadi dua bagian pula. Tinjauan literatur mengenai public relations versus marketing juga digunakan untuk melihat fungsi kedua divisi tersebut dalam perusahaan saat ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara penulisan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas humas internal yang dilakukan oleh Airfrov Indonesia adalah; hubungan dengan karyawan yang dibagi ke dalam dua sifat yaitu formal dan informal; investor yang mana hubungan ini langsung dilakukan oleh CEO perusahaan, sedangkan aktivitas humas eksternal yang dilakukan adalah; hubungan dengan media yang mana biasanya diinisiasi dengan menghubungi orang-orang media hasil networking yang dimiliki untuk mengajukan media visit, hubungan dengan pengguna yang lebih mengarah kepada program dan pelayanan yang diberikan, dan hubungan dengan masyarakat luas yang dilakukan melalui media baru yaitu media sosial. Alasan tidak adanya divisi public relations secara khusus adalah belum diperlukannya divisi tersebut dalam perusahaan skala kecil seperti Airfrov Indonesia. Selain itu juga tidak ditemukannya masalah antara public relations dan marketing yang bekerja dalam satu divisi. Hal ini kian lumrah terjadi di dalam perusahaan karena seiring berkembangnya zaman dan teknologi, kini aktivitas public relations dapat dileburkan dengan marketing yang mana kemudian tercipta konsep marketing public relations.

The main reason why author did this research is to explore implementation of public relations activities in startup company that is Airfrov Indonesia in the past two years since its coming this country. Also there is discussion about the reason why there is no public relations division. Concept and literature reviews about public relations activities are used to help author pointed out and to compare findings. Literature review about public relations versus marketing is used too to see both rsquo s function in company rsquo s current condition. Using qualitative method with descriptive writing, this research will present findings to readers about internal PR activities which are employee relations that is indentified into formal and informal communication stockholder relations that is done directly by the CEO, external PR activities which are media relations is done by re connecting with media people to propose media visit consumer relations is more like giving program that rsquo s benefit for users and giving excellent service and audience relations is done through social medias. Beside those findings, this research also found the reason why there is no public relations division, is because company thinks that they don rsquo t need PR in particular because their size that is still relatively

small. Moreover there is no problem found when PR and marketing in the same division.