



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Raden Dewi Putri Anugrah Kusumahningrat  
44214110201

Manajemen Isu Public Relations PT Go-Jek Indonesia sebagai Moda Transportasi Masyarakat DKI Jakarta (Studi Kasus pada Isu Demo Kebijakan Sistem Performa Go-Jek 3 Oktober 2016)

Jumlah halaman : ix + 104 halaman + 26 lampiran

Bibliografi : 19 acuan, Tahun 2005 - 2015

### ABSTRAK

Tugas dan fungsi Public Relations semakin dianggap penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Salah satu tugas dan fungsi Public Relations dalam organisasi atau perusahaan, yaitu mengelola isu-isu organisasi atau perusahaan. PT Go-Jek Indonesia sebagai perusahaan yang berkembang selalu menjadi bahan pemberitaan di berbagai media pasti akan selalu mendapatkan isu yang seringkali apabila tidak dapat dikelola dengan baik maka isu tersebut dapat berkembang menjadi sebuah krisis. Hal inilah yang menjadi alasan bahwa tugas dan fungsi Public Relations menjadi penting di dalam sebuah manajemen perusahaan untuk melakukan sebuah aktivitas pengelolaan isu yang disebut dengan manajemen isu.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui dan memahami proses manajemen isu demo kebijakan sistem performa Go-Jek yang dilakukan oleh Public Relations PT Go-Jek Indonesia dengan menggunakan konsep komunikasi, Public Relations, manajemen isu, dan proses manajemen isu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai proses manajemen isu demo kebijakan sistem performa oleh Public Relations PT Go-Jek Indonesia, yaitu tahap pertama identifikasi isu melibatkan kegiatan media monitoring, tahap kedua analisis isu melibatkan kegiatan diskusi internal manajemen, tahap ketiga pilihan strategi perubahan isu melibatkan proses mediasi, tahap keempat program penanganan isu melibatkan perubahan kebijakan sistem performa, tahap kelima merupakan evaluasi hasil. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran proses manajemen isu demo kebijakan sistem performa Go-Jek.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa proses manajemen isu Public Relations PT Go-Jek Indonesia terdiri dari 5 tahap, yaitu identifikasi isu sebagai media monitoring, analisis isu sebagai diskusi internal, pilihan strategi perubahan isu sebagai proses mediasi, program penanganan isu sebagai perubahan kebijakan manajemen, dan evaluasi hasil sebagai penilaian kekuatan dan kelemahan terhadap implementasi proses manajemen isu demo kebijakan sistem performa.