

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Adisty Dwi Djayanti
44216120084
Peran Humas Dalam Lobby Dan Negosiasi Dalam Mempertahankan Mitra Kerja PT
Isentric Indonesia
Bibliografi: 5 Bab 71Hal + lampiran + buku + internet

ABSTRAK

PT Isentric Indonesia bergerak dalam bisnis penyediaan telekomunikasi dan teknologi seluler berbasis perangkat lunak berupa iklan di sosial media yang menjalin kerjasama dengan public figure sebagai mitra kerja perusahaan untuk membuat konten atau image, perlunya humas sebagai penghubung perusahaan dengan mitra kerja dalam perusahaan memiliki peran besar terkait tercapainya hubungan harmonis agar lobi dan negosiasi yang ada berjalan dengan lancar dibutuhkan komunikasi yang baik dengan mitra kerja agar keberlanjutan kerjasama antara keduanya tetap terjalin.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang menggunakan paradigma post-positivisme, Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 yang terdiri dari 2 orang key informan dan 2 informan yang semuanya bertindak sebagai narasumber yang selanjutnya diuji keabsahan datanya dengan teknik pemeriksaan triangulasi. Teknik analisis data yang menggunakan teknik analisis interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas sebagai komunikator dengan para mitra kerja PT Isentric Indonesia sangat berguna untuk jangka panjang kesuksesan perusahaan, hal ini karna humas satu satunya devisi yang bertugas dan bertanggung jawab untuk menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan pihak mitra kerja.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa keberhasilan peran humas dalam melakukan lobi dan negosiasi sebagai fasilitator komunikasi dengan para mitra kerja dapat melaksanakan proses lobby dan negosiasi yang terbilang cukup sulit, karena tidak selalu apa yang diinginkan mitra dapat dipenuhi perusahaan dan sebaliknya. Namun demikian humas dapat berhasil mempertahankan mitra kerja yang ada, sehingga humas sebagai fasilitator komunikasi dapat dipenuhi dengan baik.

Kata kunci: lobi, negosiasi.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Adisty Dwi Djayanti
44216120084

Peran Humas Dalam Lobby Dan Negosiasi Dalam Mempertahankan Mitra Kerja
PT Isentric Indonesia
Bibliografi: 5 Bab 71Hal + lampiran + buku + internet

ABSTRACT

PT Isentric Indonesia is engaged in the business of providing software-based telecommunications and cellular technology in the form of advertisements on social media that collaborate with public figures as corporate partners to create content or images, the need for public relations as a liaison between companies and partners in the company has a major role in achieving this. a harmonious relationship so that the existing lobbying and negotiations run smoothly, good communication with partners is needed so that the continuity of cooperation between the two of them can be maintained.

This research is descriptive qualitative using the post-positivism paradigm. There are 4 informants in this study consisting of 2 key informants and 2 informants, all of whom act as sources, who are then tested for the validity of the data by means of triangulation checking techniques. Data analysis techniques using interactive analysis techniques consisting of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results show that the role of public relations as a communicator with the partners of PT Isentric Indonesia is very useful for the long-term success of the company, this is because public relations is the only division that is tasked with and responsible for establishing good relations between the company and its partners.

The conclusion of this study is that the successful role of public relations in lobbying and negotiating as a communication facilitator with work partners can carry out the lobbying and negotiation process which is quite difficult, because the company does not always want what the partners want, and vice versa. However, public relations can successfully maintain existing partners, so that public relations as a communication facilitator can be fulfilled properly.

Keywords: lobby, negotiation.