

Abstrak

Reri Septiana Kusuma. 16.05.311.00008. Program Studi Ilmu Komunikasi. Manajemen Pengelolaan Informasi Departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) Dalam Membangun Citra Baik Perusahaan Pada Isu BUMN Merugi Di Era Revolusi Industri 4.0.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan informasi departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) dalam membangun citra baik perusahaan pada isu terkait BUMN merugi di era revolusi industri 4.0. Manajemen informasi yang dilakukan PT PAL Indonesia (Persero) menggunakan Instagram sebagai *social media listening* dalam kegiatan *monitoring* isu serta digunakan sebagai *social media analytic* terhadap *audience* untuk menentukan selera dan segmentasi guna membangun komunikasi citra baik perusahaan.

Metode pengumpulan data menggunakan obesrvasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dipilih dengan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam manajemen informasi yang dilakukan oleh PT PAL Indonesia (Persero) menggunakan Instagram sebagai media *analytic* serta dalam membangun citra baik perusahaan. PT PAL Indonesia (Persero) meng-*agenda setting* kan setiap unggahan untuk memframing terhadap isu BUMN merugi yang menyeret PT PAL Indonesia (Persero) sebagai upaya untuk membentuk citra baik perusahaan.

Kata kunci : manajemen informasi, *social media listening*, *agenda setting*, citra baik perusahaan.

Abstract

The purpose of this research is to find out how the management of the information department of the Public Relations department of PT PAL Indonesia (Persero) in building a good image of the company on issues related to BUMN loss in the industrial revolution era 4.0. Information management carried out by PT PAL Indonesia (Persero) uses Instagram as a social media listening in monitoring issues as well as being used as an analytic social media to the audience to determine tastes and segmentation in order to build good corporate image communication.

Data collection methods using observation, interviews, and documentation. The informants were selected using purposive sampling method. Data analysis using Miles and Huberman techniques, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The data validity technique uses triangulation of techniques and sources.

The results of this study indicate that in the information management carried out by PT PAL Indonesia (Persero) using Instagram as an analytic media as well as in building a good image of the company. PT PAL Indonesia (Persero) set the agenda for each upload to frame the issue of loss-making BUMN that dragged PT PAL Indonesia (Persero) as an effort to form a good image of the company.

Keywords: information management, social media listening, agenda setting, company good image.