

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK  
DENGAN STAKEHOLDER INTERNAL  
(Studi Kasus di PT GOJEK INDONESIA)**

**RYANDO MARULI HASIHOLAN**

**Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi yang digunakan oleh *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik dengan stakeholder internal PT Gojek Indonesia. Tujuannya adalah untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh *Public Relations* PT Gojek Indonesia, dalam hal menjalin hubungan baik dengan stakeholder internalnya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan *Public Relations* PT Gojek Indonesia, *Staff Acquisitions Supply GO-Life*, dan *Staff Acquisitions Go-Auto* pada tanggal 15 dan 17 Juni 2018. Dalam penelitian ini menemukan hasil bahwa strategi *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik dengan stakeholder internal PT Gojek Indonesia agar mencapai tujuan atau target yang telah ditetapkan. Dalam strateginya, *Public Relations* PT Gojek Indonesia menggunakan 2 tindakan kunci yaitu pengenalan tentang perusahaan Gojek dan terbuka dengan stakeholder internalnya. Sebagai upaya dari pelaksanaan tugas dari *Public Relations* PT Gojek Indonesia, mereka membuat beberapa acara yang berpengaruh untuk menjaga hubungan baik dengan para stakeholder internal PT Gojek Indonesia agar tetap terjalin dengan baik dan mempererat hubungan antara sesama stakeholder internal maupun dengan atasan yang ada di PT Gojek Indonesia. Strategi yang digunakan adalah pengenalan, keterbukaan, komunikasi tanpa batasan, penghargaan dan Gojek Cup. PT Gojek Indonesia harus memberikan motivasi lebih baik lagi, dan juga mengapresiasi kinerja karyawan dari perdivisi hingga keseluruhan.

**Kata Kunci:** Strategi, *Public Relations*, Hubungan, PT Gojek Indonesia, Stakeholder Internal

**PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN ESTABLISHING GOOD RELATIONSHIP  
WITH INTERNAL STAKEHOLDER  
(Study Case at PT GOJEK INDONESIA)**

**RYANDO MARULI HASIHOLAN**

***Abstract***

*This research discusses about how the strategy used by Public Relations in establishing good relationship with internal stakeholder of PT Gojek Indonesia. The maining purpose is to know what kind of strategies is done by Public Relations of PT Gojek Indonesia, in terms of establishing good relations with its internal stakeholders. The method that used is qualitative method. Data collection techniques used are in-depth interviews with public relations of PT Gojek Indonesia, there is Staff Acquisitions Supply GO-Life, and Staff of Acquisitions Supply GO-Auto on 15 and 17 June 2018. In this research found the result that public relations strategy in establishing good relationship with internal stakeholder PT Gojek Indonesia to achieve the goals or targets that have been set. In the strategy, public relations of PT Gojek Indonesia uses two key actions: the introduction of the Gojek company and open with their internal stakeholders. As an effort from the implementation of the task of Public Relations PT Gojek Indonesia, they made some influential events to maintain good relations with internal stakeholders of PT Gojek Indonesia to stay well established and strengthen the relationship between fellow internal stakeholders and with superiors in PT Gojek Indonesia. The srategies is introductions, openness, unlimited communications, awarding, and Gojek Cup. PT Gojek Indonesia should provide better motivation, and also appreciate the employees' performance from division to the whole.*

**Keywords:** *Strategy, Public Relations, Relationship, PT Gojek Indonesia, Internal Stakeholder*