

ABSTRAK

Nama : Anggelica Bella Syafira
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul :Manajemen Krisis PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru Tentang Adanya Isu Mie Instan.

PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. merupakan salah satu perusahaan makanan dan minuman besar yang sangat terkenal di Indonesia. Produk mie instan salah satu produk Indofood yang sangat disukai oleh masyarakat. PT. Indofood mengalami krisis akibat adanya isu mie instan pada media online sehingga menyebabkan krisis informasi. Salah satu peran dan tanggung jawab *public relations* dalam perusahaan adalah manajemen krisis. Manajemen krisis merupakan upaya yang ditempuh dalam menghadapi krisis sekaligus berupaya mencegah meluasnya dampak yang ditimbulkan dari suatu peristiwa krisis dengan tujuan memperoleh kembali kepercayaan publik. Tujuan dari penelitian ini mengetahui bagaimana manajemen krisis *public relations* yang dilakukan PT.Indofood cbp sukses makmur tbk pekanbaru tentang adanya isu mie instan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif, pengumpulan data dengan teknik *in depth interview* (wawancara mendalam), observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Pada identifikasi krisis *public relations* PT. Indofood melakukannya sendiri karena krisis yang dialami yaitu krisis informasi (*public relations*). *Public relations* terjun langsung kelapangan untuk mendapatkan data dan fakta yang akurat terkait isu mie instan. Analisis krisis melakukan analisa pada dua faktor, faktor internal manajemen perusahaan dan faktor eksternal yaitu analisa terhadap eksternal perusahaan. dari kedua faktor tersebut yang menjadi potensi krisis lebih ke faktor eksternal perusahaan. tidak ditemukannya faktor lain krisis yang terjadi dapat disimpulkan tidak benar adanya. Isolasi pada krisis yaitu dengan cara melakukan pendekatan interpersonal dan memberikan penjelasan terkait krisis dan informasi yang sebenarnya kepada media, dan publik yang ingin mengetahui kebenaran isu tersebut. Selanjutnya dengan penyebar informasi yang positif tentang perusahaan agar pemberitaan negatif bisa tertimpa dengan pemberitaan yang positif. Pilih strategi yang dilakukan oleh *public relations* meningkatkan kepercayaan publik, kualitas produk dan mutu pelayanan publik. Program pengendalian yang berfungsi agar menciptakan dan mengembalikan keadaan krisis ke keadaan normal dan lebih baik dari sebelumnya. Yaitu melalui program-program CSR serta evaluasi agar perusahaan selalu meningkatkan kinerja perusahaan sendiri.

Kata Kunci : Manajemen Krisis, *Public Relations*, Isu Mie Instan.

