

## 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 instant. 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.



## ABSTRACT

Name : Anggelica Bella Syafira  
Department : Communication  
Title : The Management of Crisis of PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK Pekanbaru on an Instant Noodle Issue

PT Indofood Sukses Makmur Tbk is a big and famous food and drinking company in Indonesia. Its instant noodle product is one of its products which was consumed and liked a lot by Indonesian people. PT Indofood faces a crisis when there is an instant noodle issue on online media so that it causes the information crisis. One of the roles and responsibilities of public relations in a company is the crisis management. The crisis management is an effort done to solve the crisis and prevent the possible impact to get the public trust. The objective of this research is to know The Management of Crisis of PT Indofood CBP Sukses Makmur TBK Pekanbaru on an Instant Noodle Issue. This research uses qualitative method with descriptive approach. Data is collected from observation, in-depth interview and documentation. Informants are public affair officer and public relations officer. This thesis finds that, at crisis identification, the public relations of PT Indofood solves the crisis themselves because it is information crisis (public relations). The public relations directly go to the field to get the accurate data and fact related to instant noodle issue. The crisis analysis is related to analyzing on two factors; internal factor of company management and external factor of external company. From these factors, the potential crisis is from external company. There are no other factors of crisis found. The crisis isolation is done by making inter-personal approach and explaining the real information and crisis to media so that the public know the truth of the issue. It is also done through disseminating positive information about the company so that the negative information can diminish. The strategy done aims to improve the public trust through the service and product quality. The controlling program is intended to create and rebuild the normal condition from the crisis as well as to improve it to be better. The company also conducts the CSR programs and evaluation so that its performance significantly expands.

Keywords : The Crisis Management, Public Relations, Instant Noodle Issue