



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan yang telah berkembang dan sukses bertahan lama di industri bisnis tidak mudah mempertahankan eksistensinya, banyaknya isu, dan banyaknya saingan ataupun kritikan dari internal ataupun eksternal menjadi kendala yang dihadapi sebuah perusahaan. Untuk mengantisipasi segala hal-hal negatif yang merugikan perusahaan *Public relations* (PR) memiliki peranan yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Aktivitas *public relations* adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya. Sedangkan praktik *public relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya.¹

Dengan suksesnya melahirkan produk yang melekat bertahun-tahun dikalangan masyarakat PT. Indofood cbp sukses makmur tbk Pekanbaru produk mie instan banyak digemari oleh masyarakat. Dari berbagai kalangan dan seluruh masyarakat banyak yang mengkonsumsi mie instan. Ketidak stabilan dalam perusahaan yang sudah lama berdiri ini pasti pernah terjadi salah satunya dengan semakin majunya teknologi di zaman ini penerimaan informasi dan penyebaran informasi sangat mudah di ketahui oleh publik. Mie Instan juga kerap diterpa dengan isu – isu negatif tentang kualitas produknya, jaminan halal dan juga bagi kesehatan. Adanya pemberitaan negatif yang bisa mempengaruhi masyarakat dan berdampak menurunkan citra perusahaan.

“Mie Instan Tak Gentar Di Terpa Isu Miring” seperti yang dilansir oleh media online Liputan 6 yang dirilis pada Oktober 2016 memunculkan berbagai pemberitan negatif tentang mie instan seperti “Bola panas yang dilemparkan YLKI ke publik hanya sebagian dari rentetan isu miring yang menghinggap mie instan. Produk ini juga pernah dianggap mengandung lilin, minyak babi, pengawet berbahaya, dan rumor tak sedap lainnya.” Dan media online Detik Food juga

¹ Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 15.



merilis berita oleh Maya Safira - detikFood Selasa, 24 Jan 2017 12:32 WIB tentang “Isu Mie Instan Mengandung Babi, Ini Penjelasan LPPOM MUI” Jakarta - Di media sosial beredar isu terkait mie instan bersertifikat halal yang dicurigai mengandung babi. LPPOM MUI pun berikan klarifikasinya. Beberapa hari lalu sempat muncul informasi simpang siur bahwa ada merek mie instan mengandung babi. Termasuk mie Samyang asal Korea Selatan yang memang belum punya sertifikasi halal.

Dengan adanya pemberitaan di media online tentang pemberitaan negatif tentang mie instan termasuk kepada krisis *Public Relations* atau sering disebut sebagai krisis komunikasi yang terjadi karena pemberitaan negative yang kemudian berimbas buruk pada bisnis perusahaan. Pemberitaan media atau isu yang beredar bisa jadi benar atau mungkin saja tidak, tetapi berpotensi mempengaruhi citra seseorang ataupun perusahaan.²

Dalam perusahaan *public relations* memiliki beberapa peranan penting, *public relations* dianggap sebagai mata dan telinga dari perusahaan. Salah satunya adalah peran sebagai pemecah masalah (*problem solver*) yaitudalam menangani persoalan dan krisis yang terjadi pada perusahaan. Manajemen krisis (*crisis management*) merupakan keahlian yang harus dimiliki oleh seorang *public relations*. Tujuan dari manajemen krisis adalah untuk menghentikan dampak negatif dari suatu peristiwa melalui upaya persiapan dan penerapan beberapa strategi dan taktik.³

Mengingat betapa pentingnya penanganan terhadap isu – isu negatif tentang perusahaan yang tersebar luas di kalangan masyarakat agar tidak menjadi permasalahan yang berlanjut hingga menyebabkan krisis pada perusahaan yang bisa merugikan . PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru berupaya agar isu negatif yang ada pada mie instan. Adapun manajemen krisis yang dilakukan yaitu langkah-langkah yang digunakan *public relations* dalam

² Firsan Nova, *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra Dan Reputasi Perusahaan*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 116.

³ Rahmat Kriyantono, *Public Relations & Crisis Management; Pendekatan Critical Public Relation, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Cetakan-1, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2012), 180.



menangani krisis. Yaitu identifikasi krisis, analisis krisis, isolasi krisis, pilih strategi dan program pengendalian. Hal inilah yang dapat dijalankan oleh *public relations* PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru dalam menangani dan mengatasi krisis dengan adanya pemberitaan negatif tentang mie instan yang berkembang di media online. Yang mengakibatkan krisis kepercayaan dari beberapa pihak terutama masyarakat terhadap perusahaan.

Pentingnya peran *public relation* PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru dalam menangani krisis ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah khususnya dengan judul: “Manajemen Krisis PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru Tentang Adanya Isu Mie Instan”.

B. Penegasan Istilah

1. Manajemen Krisis

Manajemen Krisis (*crisis management*) adalah suatu manajemen pengelolaan, penanggulangan dan pengendalian krisis hingga pemulihan citra perusahaan (*corporate image recovery*). Manajemen krisis merupakan sebuah proses yang menggunakan aktivitas *public relations* untuk mengatasi akibat negatif.⁴

2. Public Relations(PR)

International of Public Relations (IPRA) mendefinisikan *public relations* yang disingkat dengan sebutan PR sebagai upaya terencana dan dilakukan secara terus-menerus untuk mempertahankan itikad baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Dengan tugas adalah bagaimana merencanakan, mewujudkan dan memelihara relasi yang baik secara terus-menerus dengan semua pihak secara efektif dan berhasil mendapatkan keuntungan atas bentuk-bentuk relasi itu.⁵

3. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.

PT. Indofood CBP (*Consumer Branded Produc*) Sukses Makmur Tbk (Terbuka) cabang Pekanbaru merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di

⁴Ibid, 221.

⁵John P. Simandjuntak, dkk, *Public Relations*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2003), 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bidang makanan khususnya produk mie instan, di antaranya Indomie, Intermie, Sarimie dan Supermie.⁶

4. Isu Mie Instan

Isu adalah peristiwa yang terjadi diluar kendali perusahaan, yang berdampak pada tujuan strategis perusahaan, yang berdampak pada tujuan strategis perusahaan, *core business*-nya dan keberadaan perusahaan yang mungkin memerlukan respons tertentu dari perusahaan.⁷ Dapat disimpulkan isu mie instan merupakan pemberitaan negatif tentang mie instan.

C. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana “Manajemen Krisis PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru Tentang Adanya Isu Mie Instan”.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen krisis PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru dalam meningkatkan citra perusahaan.

2. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Untuk memberikan sumbangan ilmiah bagi penulis sendiri khususnya dan mahasiswa Ilmu Komunikasi pada umumnya.
- 2) Untuk memperluas wawasan serta cakrawala berfikir dalam kajian ilmiah dan dapat memberikan pengetahuan tentang manajemen krisis PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru dalam meningkatkan citra perusahaan.

⁶ <http://www.indofood.com/>

⁷ Firsan Nova, Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra Dan Reputasi Perusahaan. (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 239.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Sebagai kontribusi dalam dunia pendidikan terutama tempat penulis menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 2) Untuk memberi referensi serta penelitian yang relevan bagi mahasiswa yang meneliti objek yang sama.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi praktisi *Public Relations* umumnya, dan khususnya bagi instansi dalam menyusun kebijakan untuk meningkatkan aktivitas *Public Relations* dalam mencapai target sasarannya.

E. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah dan terarahnya dalam penelitian ini, sistematika penulisan yang penulis gunakan adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik penelitian, validitas data, serta teknik analisis data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Pekanbaru, seperti sejarah, visi dan misi dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN