

ABSTRAK

DINDA PUTRI ADZANI. 12818022

Strategi *Public Relations* Dalam Pemulihan Citra Perusahaan Eiger

Kata Kunci : Kasus Eiger, Pemulihan Citra, *Public Relations*

Jumlah Halaman : 78 Halaman

Perusahaan yang mempunyai citra baik dimata konsumen, produk dan jasanya relatif lebih bisa diterima konsumen dari pada perusahaan yang tidak mempunyai citra. Perusahaan yang memiliki citra positif dimata konsumen juga cenderung bertahan pada masa krisis. Penelitian ini menggunakan teori pemulihan citra dari William Benoit . Pendekatan metode penelitian ini adalah secara kualitatif, dimana memanfaatkan informan penelitian sebagai sumber data primer dan untuk data sekunder adalah data pendukung penelitian berupa, data perusahaan yang diperlukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian mendapatkan bahwa : (1) Strategi *Public Relations* sangat berperan dalam pemulihan citra perusahaan Eiger dengan teori Strategi *Adaptive* melakukan evaluasi, pengkajian ulang, perbaikan pelayanan, serta melakukan kompromi. (2) Strategi *Public Relations* juga sangat berperan dalam pemulihan citra perusahaan Eiger melalui media - media yang digunakan, seperti media online dan media cetak dalam memberitakan penjelasan kasus, permintaan maaf kepada masyarakat guna mendapatkan kembali simpati masyarakat. (3) Pelayanan yang lebih baik dan maksimal adalah kunci dan tujuan dari perusahaan Eiger dalam mendapatkan kembali citra positif perusahaan, karna kepercayaan kepuasaan dan loyalitas pelanggan adalah prioritas dari perusahaan Eiger .

Daftar Pustaka (1995-2018)