

ABSTRAK

LEVINA LATUCOSNIA. 10820397

Pengelolaan Reputasi Perusahaan Dalam Penanganan Krisis di PT Krakatau International Port.

Kata kunci: Reputasi Perusahaan, Penanganan Krisis, Pra-Krisis, Respon Krisis, Paska-Krisis.
(xiv + 53 + Lampiran)

Reputasi perusahaan merupakan wajah atau hal harus dijaga dengan baik supaya tidak mengancam tumbuhnya sebuah perusahaan, menimbulkan kerugian, mempertahankan pelanggan agar tetap loyal, dan pelayanan perusahaan tetap optimal. Namun ketika isu terjadi di perusahaan maka sangat beresiko sekali jika tidak ditangani dengan baik. Dalam mengembalikan reputasi perusahaan tentunya perusahaan akan melakukan tahap-tahap yang dianggap efektif untuk membuat reputasi perusahaan kembali membaik dan positif. Dari fenomena yang menyangkut tentang pengelolaan reputasi perusahaan baik itu bergerak di bidang jasa, produk, dll akan berlomba-lomba untuk menciptakan citra dan menjaga reputasi yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan reputasi perusahaan dalam penanganan krisis di Krakatau International Port menggunakan 3 tahapan manajemen krisis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan teori manajemen krisis milik Timothy W. Coombs yaitu Pra-Krisis, Respon Krisis, dan Paska Krisis. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dan metode pengumpulan data yang digunakannya antara lain observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen krisis di PT Krakatau International Port dibagi menjadi 3 Tahap yaitu Pra-Krisis, Respon Krisis, dan Paska-Krisis. Saat Pra-Krisis terdapat tim yang sudah dibentuk, memiliki SOP Manajemen krisis, dan melakukan sosialisasi krisis sebagai Langkah preventif. Tahap Respon Krisis tim TKTD berdiskusi, mengumpulkan data, serta memberikan standby statement, dan merelease informasi terkait krisis di media social dan portal berita. Pada tahap Pra-Krisis atau masa pemulihan setelah krisis berlalu selain memantau feedback dari publik, perusahaan juga gencar melakukan program CSR dan TJSL dalam upaya memperbaiki reputasi perusahaan.

Daftar Pustaka (2012-2024)