

## ABSTRAK

**Nama** : Asep Saka Saputra  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** :

### **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM KOMUNIKASI KRISIS UNTUK MENGHADAPI ISU NEGATIF MELALUI MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MEMULIHKAN CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS DI PT EIGER INDONESIA)**

Perkembangan internet dan media sosial membuat proses pertukaran pesan dan informasi menjadi sangat cepat. Hal ini mendorong terjadinya interaksi antar individu atau komunitas dalam media sosial. Salah satu yang dilakukan dalam interaksi media sosial adalah berbagi tentang aktivitas rekreasi alam dan testimoni produk penunjangnya. Produk yang digemari untuk aktivitas alam dan direview adalah Eiger. Interaksi komunikasi didalam media sosial yang tidak tepat antara perusahaan *brand* Eiger dan konsumen menjadikan sebuah krisis yang serius bagi perusahaan yaitu komentar negatif dan ajakan boikot. Untuk itulah diperlukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi krisis *Public Relations* Eiger Indonesia dalam menghadapi isu negatif melalui media sosial sebagai upaya memulihkan citra.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan teori *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)* dari Coombs. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan wawancara mendalam kepada *Head Public Relations* Eiger Indonesia sebagai informan kunci, analisis data dilakukan dengan metode dari Marshall dan Rossman.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Public Relations* Eiger Indonesia melakukan strategi komunikasi krisis dengan metode CRS (*Crisis Response Strategy*) yaitu mengidentifikasi sumber krisis, memetakan strategi pesan krisis dan evaluasi krisis. Hambatan yang dihadapi adalah pemilihan pesan dan kampanye yang tepat dalam setiap media sosial dan respon yang sulit diprediksi dalam media sosial.

Kata kunci: Komunikasi Krisis, *Situational Crisis Communication Theory*, *Public Relations*, Media sosial

## ABSTRACT

**Name** : Asep Saka Saputra  
**Study Program** : Communication Sciences  
**Title** :

### **PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN CRISIS COMMUNICATIONS TO FACE NEGATIVE ISSUES THROUGH SOCIAL MEDIA AS AN EFFORT TO RESTORE CORPORATE IMAGE (CASE STUDY AT PT EIGER INDONESIA)**

The development of the internet and social media makes the process of exchanging messages and information very fast. This encourages interaction between individuals or communities in social media. One of the things done in social media interactions is sharing about natural recreational activities and testimonials of supporting products. The product that is favored for natural activation and reviewed is Eiger. Inappropriate communication interactions in social media between Eiger brand companies and consumers make a serious crisis for the company, namely negative comments and calls for boycotts. For this reason, research is needed to find out how the crisis communication strategy of Eiger Indonesia's Public Relations in dealing with negative issues through social media as an effort to restore image.

The approach in this research is a qualitative approach with a case study method. This study uses the constructivism paradigm and uses the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) theory from Coombs. The data in this study were collected by in-depth interviews with the Head of Public Relations of Eiger Indonesia as a key informant, data analysis was carried out using the method of Marshall and Rossman.

The results of this study indicate that the Public Relations of Eiger Indonesia has implemented a crisis communication strategy using the CRS (Crisis Response Strategy) method, namely identifying the source of the crisis, focusing on the crisis message strategy and evaluating the crisis. The obstacles faced are the selection of the right messages and campaigns in each social media and the response that is difficult to predict in social media.

*Keywords: Crisis Communication, Situational Crisis Communication Theory, Public Relations, Social Media*