

## ABSTRAK

Eva Handayani (1202540). Strategi dalam Manajemen Reputasi Perusahaan (Studi Kasus pada Humas PT Len Industri (Persero)). Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi FPIPS UPI, Bandung (2016).

Penelitian strategi humas dalam manajemen reputasi perusahaan sangat penting dilakukan karena reputasi bukan hanya mengenai suka atau tidak, namun mengenai representasi persepsi individu atau masyarakat saat ini berdasarkan pengalamannya di masa lampau terhadap perusahaan yang mana membutuhkan waktu lama untuk membangunnya. Reputasi menjadi baik atau buruk, kuat atau lemah bergantung pada kualitas pemikiran strategi, dan komitmen manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ketika perusahaan memiliki reputasi baik maka akan mendukung pertumbuhan perusahaan secara operasional maupun finansial. Penelitian ini dilakukan pada humas PT Len Industri. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi dalam manajemen reputasi perusahaan yang dilakukan humas PT Len Industri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dalam manajemen reputasi yang dilakukan humas PT Len Industri dari segi manajemen isu yaitu humas PT Len Industri melakukan pemantauan, identifikasi dan analisis secara intensif serta menerapkan strategi yang diimplementasikan dan dievaluasi dengan baik. Humas PT Len Industri juga melakukan manajemen krisis yang diawali dengan tahapan pra krisis hingga tahapan pasca krisis. Selain itu humas PT Len Industri juga melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan berdasarkan peraturan Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut meliputi aspek keuntungan, masyarakat dan lingkungan.

Kata Kunci : Strategi Humas, Manajemen Reputasi Perusahaan , PT Len Industri

## ABSTRACT

Eva Handayani (1202540). Public Relations Strategies of Managing Corporate Reputation (Case Study on PT Len Industri (Persero)). Undergraduate Thesis of Communications Departement FPIPS UPI, Bandung (2016.)

Research on public relations strategies of managing corporate reputation are important to do because reputation is not only about like or dislike but it is about representation of current individual perception or society based on their experience in the past towards companies which require a long time to manage that reputation. The reputation became decent or improper, strong or weak depending on the quality of strategic thinking, and management's commitment to achieve the goals set. When the company has a good reputation it will support the growth of the company's operational and financial. This research was conducted on public relations of PT Len Industry. The purpose of this study is to determine strategies for reputation management on public relations of PT Len Industri. The method used in this research is descriptive qualitative with case study method. The results showed that reputation management strategy of public relations at PT Len Industri in terms of the issues management related to monitoring, identification and analyzing issues were intensive also implementing and evaluating the strategies. Public Relations of PT Len Industri also conduct crisis management that begins with pre-crisis stage to post-crisis stage. Public relations of PT Len Industri also did corporate social responsibility conducted under the rules of the Ministry of State-Owned Enterprises (SOEs). The corporate social responsibility covers aspects of profit, people and the environment.

Keywords: Strategic Public Relations, Corporate Reputation Management, PT Len Industri