

ABSTRAK

Asdian Rangga Manggini (1202442). Strategi dalam Menghadapi Isu Perusahaan oleh *Public Relations* (Studi Kasus pada PT Pupuk Kujang Cikampek dalam Menghadapi Isu Kelangkaan Pupuk Tahun 2015. Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi FPIPS UPI, Bandung (2016).

Penelitian strategi dalam menghadapi isu perusahaan sangat penting dilakukan karena isu merupakan hasil respon dari *stakeholders*. Keberadaan sebuah organisasi tidak bisa dilepaskan dari isu dalam menjalankan roda organisasi baik isu yang bernada positif maupun negatif. Sebuah korporasi harus mempertimbangkan berbagai reaksi maupun isu yang timbul dari *stakeholder* dalam mengambil maupun mengembangkan kebijakan perusahaan tersebut. Isu jika dibiarkan secara terus-menerus akan menjelma menjadi krisis yang secara langsung akan menjadi lebih sulit ditangani oleh perusahaan dibandingkan ketika menjadi sebuah isu. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi isu adalah dengan strategi proaktif, strategi komunikasi dan strategi reaktif. Penelitian ini dilakukan di PT Pupuk Kujang Cikampek pada divisi Biro Humas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari segi strategi proaktif berjalan dengan baik dengan strategi *philanthropy*, *special event*, *sponsorship*, *audience participations*, serta aliansi/koalisi untuk membina hubungan baik dengan *stakeholders* dan menjaga citra perusahaan. Sedangkan untuk strategi komunikasi, perusahaan menjalankan strategi publikasi, transparansi informasi dan informasi bernilai berita sebagai tindakan dalam menyampaikan kebijakan yang diambil perusahaan dalam menghadapi isu. Pada strategi reaktif, humas PT Pupuk Kujang Cikampek menjalankan strategi *rectifying behaviour* melalui tindakan investigasi dan perbaikan dalam menghadapi isu.

Kata Kunci : *Strategi dalam Menghadapi Isu, Pilihan Strategi, Manajemen Isu, Isu Kelangkaan Pupuk PT Pupuk Kujang Cikampek*

ABSTRACT

Asdian Rangga Manggini (1202442). Strategies in Facing Issues of Company by Public Relations (Case Study on PT Pupuk Kujang Cikampek to facing in Fertilizer Scarcity Issues 2015). Undergraduate Thesis of Communications Departement FPIPS UPI, Bandung (2016).

Research strategy in facing the issue of company is very important because the issue is the result of responses from stakeholders. The existence of an organization can not be separated from the issue in running the organization both issues positive tone and negative. A corporation must consider a variety of reactions as well as issues arising from the stakeholder in making and developing a company policy. The issue if allowed to continuously will be transformed into a crisis that directly would be more difficult to handle by the company than when it becomes an issue. One strategy that can be used to facing the issue is with a proactive strategy, communication strategies and reactive strategies. This research was conducted at PT Pupuk Kujang Cikampek on Publik Relations institutions division. The method used in this research is descriptive qualitative with case study method. The results showed that in terms of proactive strategy goes well with the strategy of philanthropy, special events, sponsorship, audience participations, and alliances / coalitions to build good relations with stakeholders and maintain the company image. As for the communication strategy, company running the publishing strategy, transparency of information and newsworthy information as actions taken in communicating company policy in facing of issues. In reactive strategies, public relations of PT Pupuk Kujang Cikampek execute rectifying behavior strategy through investigation and corrective action in facing of issues.

Keywords: *Strategic in Facing The Issues, Options Strategy, Issue Management, Fertilizer Scarcity of Issue, PT Pupuk Kujang Cikampek.*