



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dwi Astina Sari
44215120123

Manajemen Krisis Perusahaan Femina Group
Jumlah halaman : 7 + 104 halaman + 37 lampiran
Bibliografi : 33 Acuan, 2004 – 2018

ABSTRAK

Krisis dapat dialami setiap perusahaan, tak terkecuali perusahaan media cetak seperti Femina group. Penurunan oplah atau jumlah cetak dari Femina group menjadikan masalah utama terjadinya krisis, yang menyebabkan krisis berangsur menjadi besar seperti masalah *financial* hingga operasional dan berdampak kepada karyawan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat manajemen krisis perusahaan Femina Group dalam upaya penyelesaian krisis. Penelitian menggunakan beberapa konsep teori yaitu Komunikasi Organisasi yang merupakan hal penting di dalam perusahaan, Public Relation.

Metode dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui pengamatan langsung, wawancara mendalam pada manajemen Femina Group, dan karyawan perusahaan. Selain itu peneliti juga menggunakan metode dokumentasi dan penelusuran data online untuk menghimpun data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa krisis yang terjadi di Femina Group berawal dari penurunan oplah atau jumlah cetak yang mencapai hampir 60% dan terjadi dimulai tahun 2016 awal. Krisis perusahaan yang berawal dari internal dan terdengar hingga pihak eksternal diawali karena desas-desus dan isu dari pihak karyawan sendiri. Perusahaan berupaya dalam menyelesaikan krisis dengan membuat sebuah rencana disebut *community development*, memperhatikan karyawan, memberikan simpati dan mengajak karyawan terus berpartisipasi dalam upaya penyelesaian krisis perusahaan.

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa pada tahap pra krisis perusahaan tidak memiliki persiapan dalam menghadapi krisis, dan hingga saat ini perusahaan masih berada pada tahap respon krisis.

Kata Kunci : Manajemen Krisis, Femina Group