

ABSTRAK

Melalui data *Purchasing Managers Index* (PMI) manufaktur Indonesia mencapai 53,7 pada bulan September 2022 angka tersebut lebih tinggi dari bulan sebelumnya yakni dibulan Agustus 2022 angka PMI sebesar 51,7. Namun, meskipun memiliki peran penting dalam ekonomi, perusahaan manufaktur juga rentan terhadap berbagai krisis yang dapat mempengaruhi operasional perusahaan tersebut. Hal ini menimpa PT. Alcomex Indo di tahun 2022, krisis yang terjadi merupakan dampak dari pandemi covid-19 yang memaksa perusahaan membuat kebijakan efisiensi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi krisis PT. Alcomex Indo dalam menjaga reputasi perusahaan melalui studi kasus dampak kebijakan efisiensi di PT. Alcomex Indo.

Penelitian ini menggunakan teori Komunikasi Krisis dan Konsep *Corporate Apologia* sebagai pisau analisis. Paradigma yang digunakan adalah *post positivisme* dan metode yang digunakan adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan manajemen PT. Alcomex Indo. Hasil dari penelitian ini adalah PT. Alcomex Indo mampu menjaga reputasi perusahaan melalui penerapan 2 dari 4 strategi Teori Apologia, yang pertama adalah *Bolstering* dimana perusahaan membuat sebuah komitmen untuk memanggil kembali para karyawan yang terkena PHK untuk kembali bekerja saat kondisi perusahaan sudah membaik dan *Conciliation* yakni menawarkan permintaan maaf ke publik dan memberikan kompensasi terhadap pihak - pihak yang dirugikan. Untuk mendukung penerapan strategi tersebut agar dapat berjalan dengan baik manajemen melakukan pendekatan dialog guna menciptakan kesepahaman antara manajemen dengan serikat pekerja dan warga.

Kata Kunci : Krisis, Komunikasi Krisis, Reputasi, Kebijakan Efisiensi, PT. Alcomex Indo

ABSTRACT

Indonesia's manufacturing Purchasing Managers Index (PMI) reached 53.7 in September 2022, higher than the previous month's PMI of 51.7 in August 2022. However, despite its important role in the economy, manufacturing companies are also vulnerable to various crises that can affect the company's operations. This happened to PT Alcomex Indo in 2022, the crisis that occurred was the impact of the covid-19 pandemic which forced the company to make efficiency policies. The purpose of this research is to find out how the implementation of PT Alcomex Indo's crisis communication in maintaining the company's reputation through a case study of the impact of the efficiency policy at PT Alcomex Indo.

This research uses the theory of Crisis Communication and the Concept of Corporate Apologia as an analysis knife. The paradigm used is post positivism and the method used is a case study. The data collection technique used is an interview with the management of PT Alcomex Indo. The result of this study is that PT Alcomex Indo is able to maintain the company's reputation through the implementation of 2 of the 4 Apologia Theory strategies, the first of which is Bolstering where the company makes a commitment to call back employees who have been laid off to return to work when the company's condition has improved and Conciliation, which offers an apology to the public and provides compensation to the aggrieved parties. To support the implementation of these strategies in order to run well, management takes a dialog approach to create understanding between management and trade unions and citizens.

Keywords: Crisis, Crisis Communication, Reputation, Efficiency Policy, PT. Alcomex Indo