

ABSTRAK

Studi Kasus Manajemen Krisis Divisi Public Relations di Klinik Kecantikan Reta Beauty Clinic Yogyakarta dalam Menghadapi Era New Normal

Oleh

Avireza Gomphrena (NIM: 17071195)

Email: avireza13@gmail.com

Penelitian ini berfokus pada manajemen krisis yang digunakan oleh divisi public relations di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan yakni klinik kecantikan Reta Beauty Clinic Yogyakarta dalam menghadapi *era new normal* yang kehadirannya disebabkan oleh pandemi covid-19 (*corona virus disease*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis mengenai manajemen krisis yang dijalankan oleh public relations perusahaan tersebut. Adapun yang menjadi latar belakang pada penelitian ini, dikarenakan saat ini pelayanan di klinik kecantikan telah menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat selain itu kehadiran virus covid-19 ini sangat berdampak diberbagai sektor salah satunya dibidang pelayanan yang dalam praktek kerjanya memerlukan adanya kontak fisik dengan konsumen (masyarakat umum) yang tentunya sangat beresiko karena dapat memicu terjadinya penularan.

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian kali ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif yang bersifat sudi kasus. Sehingga berdasarkan permasalahan yang terjadi akan menghasilkan data-data deskriptif, yang selanjutnya akan dianalisa dan disusun menjadi sebuah laporan yang sistematis.

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa keberadaan divisi public relations sangat berperan penting dalam penyelesaian krisis. Bentuk tindakan penyelesaiannya merujuk ke strategi manajemen public relations. Langkah-langkah pengelolaan krisis yang digunakan menciptakan adanya perubahan kebijakan, modifikasi operasional, kompromi dan bertujuan untuk meluruskan reputasi perusahaan sesuai dengan strategi adaptif dalam strategi manajemen krisis. Hasil dari tindakan tersebut berdampak pada peningkatan pemasukan dan berhasil mendapatkan komentar positif dari konsumen.

Kata kunci: manajemen krisis, public relations, krisis

ABSTRACT

Case Study of Crisis Management Public Relations Division at Reta Beauty Clinic Yogyakarta in Facing the New Normal Era

By

Avireza Gomphrena (NIM: 17071195)

Email: avireza13@gmail.com

This study focuses on crisis management used by the public relations division of a company engaged in services, namely the beauty clinic Reta Beauty Clinic Yogyakarta in the face of the new normal era whose presence was caused by the covid-19 pandemic (corona virus disease). The purpose of this research is to make a systematic description or description of crisis management carried out by the company's public relations. As for the background in this research, because at this time services at beauty clinics have become one of the basic needs of the community besides the presence of the Covid-19 virus, it has an impact on various sectors, one of which is in the field of service, which in practice requires physical contact with consumers. the general public) which is of course very risky because it can trigger transmission.

The method that the author uses in this study uses a qualitative descriptive approach that is case study. So that based on the problems that occur will produce descriptive data, which will then be analyzed and compiled into a systematic report.

Based on the results of data processing shows that the existence of the public relations division plays an important role in solving the crisis. The form of the settlement action refers to the public relations management strategy. The crisis management measures used create policy changes, operational modifications, compromises and aim to straighten the company's reputation in accordance with the adaptive strategy in crisis management strategies. The results of these actions have an impact on increasing revenue and successfully getting positive comments from consumers.

Keywords: *crisis management, public relations, crisis*