

## ABSTRAK

*Public Relations* sebagai suatu bagian dari organisasi menjadi suatu kebutuhan yang kadang diabaikan. Tetapi, ketika permasalahan muncul dan menyebabkan krisis pada perusahaan, membuat perusahaan pontang-panting mencari praktisi *Public Relations* yang dianggap sebagai solusi. *Public Relations* timbul karena adanya tuntutan kebutuhan khususnya dalam masalah membangun citra dan reputasi dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Penelitian ini membahas tentang Strategi *Public Relations* Cipaganti Group dalam Upaya Memulihkan Reputasi Perusahaan. *Public Relations* dituntut untuk selalu siap siaga dalam menangani segala krisis dalam perusahaan agar dampak krisis tidak merusak reputasi perusahaan. Bila reputasi tercoreng, maka *Public Relations* harus berupaya secara optimal untuk memulihkan reputasi perusahaan. Untuk melakukan penanggulangan yang efektif dibutuhkan strategi-strategi khusus agar tujuan yang diharapkan dapat dicapai perusahaan. Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana proses terjadinya krisis Cipaganti? Bagaimana langkah awal *Public Relations* Cipaganti dalam menangani krisis? Bagaimana upaya *Public Relations* Cipaganti dalam menangani krisis?

Adapun pendekatan yang digunakan adalah studi kasus dalam bentuk desain kasus tunggal. Essensi studi kasus, kecenderungan utama dari semua jenis studi kasus adalah mencoba menjelaskan keputusan-keputusan tentang mengapa studi tersebut dipilih, bagaimana mengimplementasikannya dan apa hasilnya (Scramm, dalam Yin, 2003:17).

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terjadinya krisis Cipaganti berawal dari krisis-krisis yang terjadi beberapa tahun yang lalu sebelum tahun 2014. Krisis ini muncul karena pihak manajemen yang kurang begitu memperhatikan sistem organisasi sedangkan perusahaan yang dikelola adalah perusahaan besar yang terdiri dari beberapa perusahaan yang disatukan dalam sebuah group bernama Cipaganti Group. Langkah awal yang juga merupakan langkah utama yang dilakukan perusahaan adalah dengan memisahkan manajemen yang bermasalah yaitu manajemen Koperasi Cipaganti dengan manajemen yang tidak bermasalah yaitu manajemen perusahaan Cipaganti. Upaya-upaya yang dilakukan manajemen Cipaganti group adalah (1) dengan dilakukannya perubahan struktur organisasi (2) menjual saham yang dianggap tidak dapat memberikan keuntungan atau bahkan sulit dalam mendapatkan keuntungan dan merugikan perusahaan (3) melakukan rebranding perusahaan yang semula bernama Cipaganti Cipta Graha menjadi Citra Maharlika Nusantara Corpora.

Kata kunci: Strategi, *Public Relations*, Reputasi