

ABSTRAK

Pada tanggal 25 Agustus 2017, terjadi pergerseran satelit milik PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yaitu satelit Telkom 1 yang menyebabkan seluruh layanan satelit *offline* seperti 6000 ATM di Jawa Barat, TV, Radio dan lain sebagainya. Munculnya kasus tersebut membuat perlu adanya tindakan nyata dari *public relations* PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Regional 3 agar kasus tidak merusak citra perusahaan.

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan rancangan studi kasus tunggal dimana kasus tersebut merupakan kasus yang penting dalam menguji teori yang telah disusun dengan baik. Kasus tunggal tersebut kemudian digunakan untuk menentukan apakah proposisi suatu teori sudah benar ataukah beberapa alternatif penjelasannya lebih relevan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas *public relations* dalam menangani krisis.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diketahui bahwa PT Telekomunikasi Indonesia Tbk telah menjalankan aktivitas public relations dengan 5 tahapan krisis untuk mengetahui tahapan-tahapan krisis diantaranya (1)tahap pre-crisis, (2)tahap warning, (3)tahap acute crisis, (4)tahap clean-up, dan (5)tahap post-crisis. Selain itu public relations PT Telekomunikasi Indonesia Tbk juga melakukan tindakan korektif sebagai upaya mengelola krisis diantaranya (1)identifikasi krisis, (2)analisa krisis, (3)isolasi krisis, (4)pilihan strategi, dan (5)program pengendalian. Dengan melakukan tindakan terhadap suatu krisis berarti PT Telekomunikasi Indonesia Tbk telah bertanggung jawab terhadap stakeholdernya dan masyarakat.

Kata Kunci: *Public Relations*, Aktivitas *Public Relations*, Tahapan Krisis, Upaya Mengelola Krisis