

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2020 pemerintah Indonesia mengumumkan telah masuknya wabah penyakit baru yaitu, virus *Coronavirus Disease-2019* atau biasa disebut covid-19. Karena virus ini merupakan virus baru yang masuk di Indonesia, tentunya pemerintah dan masyarakat sulit mengendalikannya maka timbul lah krisis-krisis yang menerpa Indonesia.

Virus Corona bisa disebut juga keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan gangguan infeksi saluran pernapasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit yang serius menyebabkan penyakit Virus Corona (COVID-19). Penyakit ini dapat menular melalui tetesan kecil dari hidung atau mulut pada saat batuk ataupun bersin. Jikalau ada seseorang yang menyentuh benda yang sudah terkontaminasi dengan tetesan tersebut, lalu menyentuh bagian mata, hidung atau mulut bisa dengan cepat tertular.

Setiap perusahaan pasti pernah mengalami krisis, maka dari itu sekarang banyak pimpinan perusahaan yang mulai sadar untuk membentuk tim demi mencegah terjadinya krisis. Reputasi sebuah perusahaan ada ditangan seorang *Public Relations* , salah satu sasaran dari kegiatan *Public Relations* adalah menangani krisis. Krisis yang baru-baru ini terjadi karena munculnya covid-19 di berbagai negara termasuk Indonesia yang berdampak pada penurunan ekonomi secara drastis . Berbagai krisis yang dialami setiap perusahaan bermacam-macam . Melemahnya perekonomian, pemecatan karyawan, mempekerjakan karyawan dari rumah adalah beberapa contoh dampak dari virus covid-19 .

Salah satu perusahaan yang sedang mengalami krisis akibat covid-19 ialah PT. Himalaya Transmeka yang berada di kabupaten Tangerang. PT. Himalaya Transmeka adalah perusahaan yang bergerak dibidang pengelolaan panel listrik . Seperti yang sedang terjadi saat ini, krisis yang terjadi pada perusahaan tersebut diakibatkan karena munculnya pandemi virus covid-19. Krisis yang dihadapi PT. Himalaya Transmeka yaitu, adanya pemecatan karyawan dan penurunan pendapatan. Sebab itu, cara untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu dengan menanggulangi dampak krisis yang terjadi di PT. Himalaya Transmeka dengan melibatkan *Public Relations*.

Public relations PT. Himalaya Transmeka memiliki peran untuk menciptakan, memelihara, dan membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dan karyawan. Dalam proses menciptakan dan memelihara hubungan yang baik terutama di era covid-19 ini *public relations* harus memiliki strategi yang digunakan dalam menanggulangi dampak pandemi covid-19 terutama yang terjadi pada PT. Himalaya Transmeka.

Salah satu strategi yang digunakan adalah Strategi *public relations* untuk memperbaiki masalah yang sedang dihadapi saat ini. Maka melakukan evaluasi krisis yang terjadi bertujuan untuk melihat sejauh mana perkembangan krisis dalam PT. Himalaya Transmeka yang berpengaruh pada pihak *customer* serta untuk mengetahui dimana kelemahan dan kelebihan dalam pelaksanaan program penanganan krisis.

Akibat munculnya pandemi ini sangat berdampak pada PT. Himalaya Transmeka penelitian ini didasari bagaimana strategi *public relations* yang seharusnya dilakukan oleh PT. Himalaya Transmeka dalam menangani krisis karena masih ada masalah yang timbul setelah adanya strategi yang dilakukan oleh pihak *public relations* dan berdampak pula pada pelayanan terhadap *customer*.

Fokus penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah Strategi *public relations* PT. Himalaya Transmeka dalam menangani krisis akibat pandemi covid-19. Dimana PT. Himalaya Transmeka menggunakan strategi untuk memperbaiki krisis yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan yang sedang menghadapi krisis yang terjadi saat ini , membutuhkan strategi *public relations* . Berdasarkan latar belakang diatas , maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana strategi *public relations* PT.Himalaya Transmeka dalam menangani krisis akibat pandemi covid-19 ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* PT.Himalaya Transmeka dalam menangani krisis akibat pandemi covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis :

Secara teoritis, hasil penelitian ini ditujukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan pada perkembangan ilmu di bidang ilmu komunikasi khususnya *Public Relations* . Mengeksplorasi lebih jauh materi-materi yang didapatkan selama menjalani pembelajaran.

1.4.2 Manfaat Praktis :

Manfaat praktis dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* dalam menangani krisis yang terjadi pada PT.Himalaya Transmeka.