

ABSTRAKSI

JUDUL : **Aktivitas Factory Visit Public Relations PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi Noodle Cabang Semarang sebagai Manajemen Isu Pemberitaan Mie Instant Mengandung Bahan Pengawet dan Lilin.**
NAMA : **Tito Hedy Darmawan**
NIM : **D0C 006 119**
PROGRAM STUDI : **DIII Public Relations**

Factory visit (*open house*) merupakan salah satu aktivitas public relations yang dilaksanakan sebagai *manajemen isu* pemberitaan mie instant mengandung bahan pengawet dan lilin. Penelitian ini dilatarbelakangi karena munculnya isu yang beredar di masyarakat yang dipicu oleh pemberitaan baik melalui televisi maupun internet tentang adanya bahan pengawet dan lilin dalam mie instant. Sehingga PT Indofood CBP Sukses Makmur Divisi Noodle Cabang Semarang sebagai *market leader* merasa perlu melakukan aktivitas public relations untuk melakukan *manajemen isu* terhadap isu tersebut dalam upaya menjaga loyalitas dan kepercayaan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan aktivitas factory visit yang telah dilaksanakan, sehingga mampu berfungsi sebagai *manajemen isu* terhadap isu bahan pengawet dan lilin dalam mie instant. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Dalam menganalisis hasil temuan, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif *Filling System Wimmer & Dominick*. Setelah periset merasa data yang terkumpul sudah cukup maka dilakukan analisis. Kemudian diinterpretasikan dengan konsep dan teori dalam kerangka konsep Hasil temuan dalam penelitian ini adalah aktivitas factory visit dilakukan mulai dari permohonan kunjungan, penjadwalan, pemberian surat pemberitahuan, penjemputan peserta, penyambutan, diskusi dan tanya jawab, melihat proses produksi ke anjungan serta berbelanja di koperasi merupakan bagian dari aktivitas factory visit yang dilakukan empat kali dalam sehari dan lima kali dalam seminggu senin sampai dengan jumat. Selain itu, masyarakat juga memiliki antusias yang tinggi untuk mengikuti factory visit dengan jumlah permohonan mencapai 400 pengajuan selama periode januari sampai dengan mei 2010, evaluasi program dilakukan setiap minggu oleh public relations dalam sebuah pertemuan dengan jajaran manajemen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah aktivitas factory visit telah berjalan dengan baik dan mampu menjalankan fungsinya sebagai *manajemen isu* pemberitaan mie instant mengandung bahan pengawet dan lilin. Bahkan memberi manfaat lain bagi perusahaan yaitu sebagai sarana promosi yang murah. Namun masih terdapat beberapa saran yang perlu diperhatikan yaitu pemanfaatan berbagai sarana publisitas untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan pembatasan jumlah peserta factory visit dengan pertimbangan kenyamanan dan keamanan.

Disahkan oleh
Dosen Pembimbing

Drs. Joyo N.S Gono, M.Si
NIP.19611026.198702.1.001