

ABSTRAK

Penelitian ini membahas manajemen krisis yang dilakukan oleh *public relations* PT Industri Kereta Api (Persero). Krisis merupakan konfrontasi intensif dahsyat yang terjadi dalam waktu singkat dan berbahaya sehingga harus dilakukan pengambilan keputusan dengan cepat dan tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan manajemen Krisis yang dilakukan PR PT INKA (Persero) dalam menghadapi isu negatif pada pintu kereta LRT Jabodebek. Penelitian ini meneliti tentang komunikasi krisis yang dilakukan oleh PR PT INKA (Persero) dilihat dari *Situational Crisis Communication Theory* menggunakan analisis studi kasus metode penelitian kualitatif. Penelitian menemukan bahwa PR PT INKA telah melakukan manajemen krisis mulai dari tahapan pra krisis, krisis hingga pasca krisis dengan baik, namun masih ditemukan kekurangan dalam upaya manajemen krisis dalam merespon krisis pada tahapan *rebuild*.

Kata Kunci: Manajemen Krisis, Krisis PR, Public Relations.