

**STRATEGI MANAJEMEN ISU CUSTOM BOX PACKAGING  
“RISEPACK” DEMI MEMPERTAHANKAN CITRA  
PERUSAHAAN**

**TESIS**



**MUHAMMAD UMAR AL FARUQI  
2231013028**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2025**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan  
semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Muhammad Umar Al Faruqi**

**NIM : 2231013028**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 20 Maret 2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Umar Al Faruqi  
NIM : 2231013028  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Tesis : Strategi Manajemen Isu Custom Box Packaging  
“Risepack” Demi Mempertahankan Citra Perusahaan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. (  )

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. (  )

Penguji 2 : Dr. Siti Komsiah, S.IP., M.Si. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :

## **UNGKAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugerah dari-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Strategi Manajemen Isu Custom Box Packaging “Risepack” Demi Mempertahankan Citra Perusahaan”. Tesis ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing tesis, atas segala arahan, masukan, dan motivasi yang telah diberikan selama proses penyusunan tesis ini.
- Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji 1, dan Ibu Dr. Siti Komsiah, S.IP, M.Si., selaku dosen penguji 2, atas kritik dan saran yang membangun, serta perhatian dalam menelaah substansi dan penyusunan tesis ini.
- Kedua orang tua dan keluarga tercinta, atas doa, semangat, dan dukungan yang tiada henti yang menjadi kekuatan utama dalam menyelesaikan tugas akademik ini.
- Seluruh dosen dan staf pengajar di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang berharga sepanjang masa studi.

Semoga tesis yang telah disusun ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi serta masyarakat secara umum.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademika Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

|               |   |                                  |
|---------------|---|----------------------------------|
| Nama          | : | Muhammad Umar Al Faruqi          |
| NIM           | : | 2231013028                       |
| Program Studi | : | Magister Ilmu Komunikasi         |
| Fakultas      | : | Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial |
| Jenis Tesis   | : |                                  |

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Loyalti Noneksklusif (*Non-exclusive Loyalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **STRATEGI MANAJEMEN ISU CUSTOM BOX PACKAGING “RISEPACK” DEMI MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN**

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Bebas Loyalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Maret 2025

Yang menyatakan



(Muhammad Umar Al Faruqi)

# STRATEGI MANAJEMEN ISU CUSTOM BOX PACKAGING “RISEPACK” DEMI MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN

Muhammad Umar Al Faruqi

---

## ABSTRAK

Di era digital yang serba terbuka, isu yang berkaitan dengan kualitas produk dapat dengan cepat mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan. Strategi manajemen isu yang tepat diperlukan sebagai langkah preventif sekaligus korektif dalam menjaga kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen isu yang diterapkan oleh PT Billah Berdikari Indonesia (Risepack) dalam menangani isu kualitas produk, serta mengevaluasi bagaimana strategi tersebut digunakan untuk mempertahankan citra perusahaan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, dengan subjek penelitian mencakup pihak internal perusahaan, konsumen, serta ahli bidang manufaktur sebagai triangulator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen isu Risepack dijalankan melalui lima tahapan utama: identifikasi isu, analisis isu, pemilihan strategi penanganan, implementasi program aksi, serta evaluasi dan pemantauan. Alasan pemilihan strategi tersebut didorong oleh kebutuhan menjaga kepuasan pelanggan, menghindari churn, serta mempertahankan *backbone client* sebagai penopang utama keberlangsungan bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen isu, serta menjadi acuan praktis bagi perusahaan sejenis dalam menjaga reputasi melalui komunikasi strategis yang efektif.

**Kata Kunci :** Manajemen isu, kualitas produk, citra perusahaan, industri kemasan.

**CUSTOM BOX PACKAGING ISSUE MANAGEMENT STRATEGY  
“RISEPACK” TO MAINTAIN THE COMPANY’S IMAGE**

*Muhammad Umar Al Faruqi*

---

**ABSTRACT**

*In the open digital era, issues related to product quality can quickly impact a company's image and reputation. An appropriate issue management strategy is needed as a Preventive and corrective measure to maintain public trust. This study aims to analyze the issue management strategy implemented by PT Billah Berdikari Indonesia (Risepack) in handling product quality issues and evaluate how this strategy is used to maintain the company's image. The study used a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews, observation, and documentation, with research subjects including internal company parties, consumers, and manufacturing experts as triangulators. The results show that Risepack's issue management strategy is implemented through five main stages: issue identification, issue analysis, selection of handling strategies, implementation of action programs, and evaluation and monitoring. The reason for choosing this strategy was driven by the need to maintain customer satisfaction, avoid churn, and maintain backbone clients as the main pillar of business continuity. This study is expected to provide theoretical contributions to the development of issue management studies and serve as a practical reference for similar companies in maintaining reputation through effective strategic communication.*

**Keywords:** *Issue management, product quality, corporate image, packaging industry.*

## DAFTAR ISI

|                                                         |             |
|---------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                              | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>             | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                         | <b>iii</b>  |
| <b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>                      | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                    | <b>vi</b>   |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                            | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                               | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                              | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                            | <b>xii</b>  |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                          | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                 | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                | 7           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                             | 7           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                             | 7           |
| <b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                     | <b>8</b>    |
| 2.1 Teori yang Relevan .....                            | 8           |
| 2.1.1 Manajemen Isu .....                               | 8           |
| 2.1.2 Kualitas Produk .....                             | 18          |
| 2.1.3 Citra Perusahaan.....                             | 22          |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan ..... | 27          |
| 2.2.1 Manajemen Isu .....                               | 27          |
| 2.2.2 Isu Kualitas Produk .....                         | 29          |
| 2.2.3 Citra Perusahaan.....                             | 31          |
| 2.3 Model Kerangka Pemikiran.....                       | 39          |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>                     | <b>41</b>   |
| 3.1 Desain dan Pendekatan.....                          | 41          |
| 3.2 Obyek dan Subyek Penelitian.....                    | 41          |
| 3.3 Pengumpulan Data.....                               | 43          |
| 3.4 Analisis Data.....                                  | 44          |

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.5 Triangulasi Data.....                                                          | 46        |
| 3.6 Operasionalisasi Konsep.....                                                   | 47        |
| <b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                            | <b>51</b> |
| 4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....                                              | 51        |
| 4.2 Penyajian Data.....                                                            | 54        |
| 4.2.1 Identifikasi Isu .....                                                       | 54        |
| 4.2.2 Analisis Isu .....                                                           | 58        |
| 4.2.3 Pemilihan Strategi Penanganan .....                                          | 61        |
| 4.2.4 Implementasi Program Aksi .....                                              | 64        |
| 4.2.5 Evaluasi dan Pemantauan .....                                                | 67        |
| 4.2.6 Keterkaitan dengan Komponen CRM .....                                        | 70        |
| 4.3 Pembahasan dan Diskusi .....                                                   | 72        |
| 4.3.1 Strategi Manajemen Isu Risepack dalam Berkomunikasi dengan<br>Konsumen ..... | 73        |
| 4.3.2 Alasan Pemilihan Strategi Manajemen Isu Risepack .....                       | 80        |
| 4.3.3 Model Strategi Manajemen Isu Risepack.....                                   | 86        |
| <b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                               | <b>88</b> |
| 5.1 Simpulan.....                                                                  | 88        |
| 5.2 Saran .....                                                                    | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                         | <b>91</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                               | <b>95</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.2 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu.....                             | 34 |
| Tabel 3.2 Narasumber Penelitian .....                                        | 42 |
| Tabel 3.6 Operasionalisasi Konsep .....                                      | 47 |
| Tabel 4.2.1 Pemetaan Temuan Per Informan Identifikasi Isu .....              | 57 |
| Tabel 4.2.2 Pemetaan Temuan Per Informan Analisis Isu.....                   | 60 |
| Tabel 4.2.3 Pemetaan Temuan Per Informan Pemilihan Strategi Penanganan ..... | 63 |
| Tabel 4.2.4 Pemetaan Temuan Per Informan Implementasi Strategi Aksi.....     | 66 |
| Tabel 4.2.5 Pemetaan Temuan Per Informan Evaluasi dan Pemantauan .....       | 70 |
| Tabel 4.2.6 Pemetaan Temuan Informan Keterkaitan dengan Komponen CRM..       | 72 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Model Manajemen Isu Jones & Chase.....                   | 14 |
| Gambar 2.3. Model Kerangka Pemikiran .....                           | 39 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi dan Alur Manajemen Isu Risepack ..... | 52 |
| Gambar 4.3 Model Strategi Manajemen Isu Risepack .....               | 86 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Pertanyaan Mendalam .....   | 95  |
| Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....   | 109 |
| Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian..... | 141 |