



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS
DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI
PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI
DI INDONESIA**

(STUDI KASUS: IKLAN #ROAMINGASYIK PT INDOSAT TBK)

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Arum Sekar Pratiwi
14140110011**

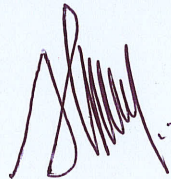
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam Skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta di cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan Skripsi maupun dalam penulisan laporan Skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang saya tempuh.

Tangerang, 1 Agustus 2018



Arum Sekar Pratiwi

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Analisis Strategi Komunikasi Krisis Dalam Mempertahankan Reputasi

Perusahaan Telekomunikasi Di Indonesia

(Studi Kasus: Iklan #RoamingAsyik PT Indosat Tbk)”

oleh

Arum Sekar Pratiwi

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 25 Juli 2018,
pukul 09.30 s.d. 11.00 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

Penguji Ahli

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing

Dani M. Akhyar, S.T, M.Si

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi tepat pada waktunya. Penulis mengucapkan syukur karena senantiasa diberikan kemudahan dan semangat sehingga Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Krisis Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Telekomunikasi Di Indonesia (Studi Kasus: Iklan #RoamingAsyik PT Indosat Tbk)” dapat diselesaikan tanpa menemukan kendala apapun. Skripsi ini diajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Kajian ini diambil penulis untuk penelitian karena menurut penulis krisis yang terjadi pada PT Indosat Tbk ini dapat dijadikan pelajaran bagaimana cara mengkomunikasikan krisis yang baik dan benar, serta menjadi pelajaran untuk perusahaan lain agar bisa lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan sehingga tidak menyebabkan krisis seperti yang dialami PT Indosat Tbk

Dengan berakhirnya proses penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari peran keluarga, pihak-pihak universitas, kekasih dan sahabat yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk waktu, tenaga, nasihat, dan saran kepada penulis hingga saat ini. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada :

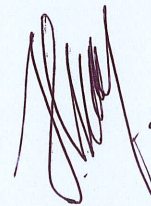
1. PT Indosat Tbk, sebagai objek penelitian yang telah membantu memberikan jawaban atau informasi-informasi yang terkait dengan topik penelitian skripsi.
2. Dani M. Akhyar, S.T, M.Si., selaku dosen pembimbing Skripsi penulis yang telah secara ramah dan sabar dalam membimbing, memberi arahan, saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
3. Inco Hary Perdana, S. Ikom., M. Si, selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah secara baik dan sabar memberikan arahan, nasihat dan saran kepada penulis terkait tempat kerja magang yang penulis pilih.
4. Kaji Effendi dan Irma Nilasari, selaku orang tua terkasih dari penulis, yang tak henti-hentinya memberikan dukungan moral dan

moril dan menjadi pedoman serta motivasi bagi penulis untuk berjuang lebih baik lagi.

5. Bima Adisaputra, selaku kekasih tersayang penulis yang selalu menemani dalam proses pengerjaan Skripsi dari awal hingga akhir secara baik dan sabar. Serta memberikan semangat, saran dan nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
6. Junia, Nabil, Anis, Amanda, Icha selaku sahabat penulis yang selalu ada untuk menyemangati penulis dalam kondisi apapun agar dapat menyelesaikan Skripsi tepat waktu.

Penulis berharap, Skripsi ini dapat memberikan informasi serta manfaat kepada pembaca. Selain itu penulis juga menyadari bahwa laporan Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta kritik agar Skripsi ini menjadi lebih baik kedepannya serta sebagai sumber informasi maupun inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 1 Agustus 2018



Penulis

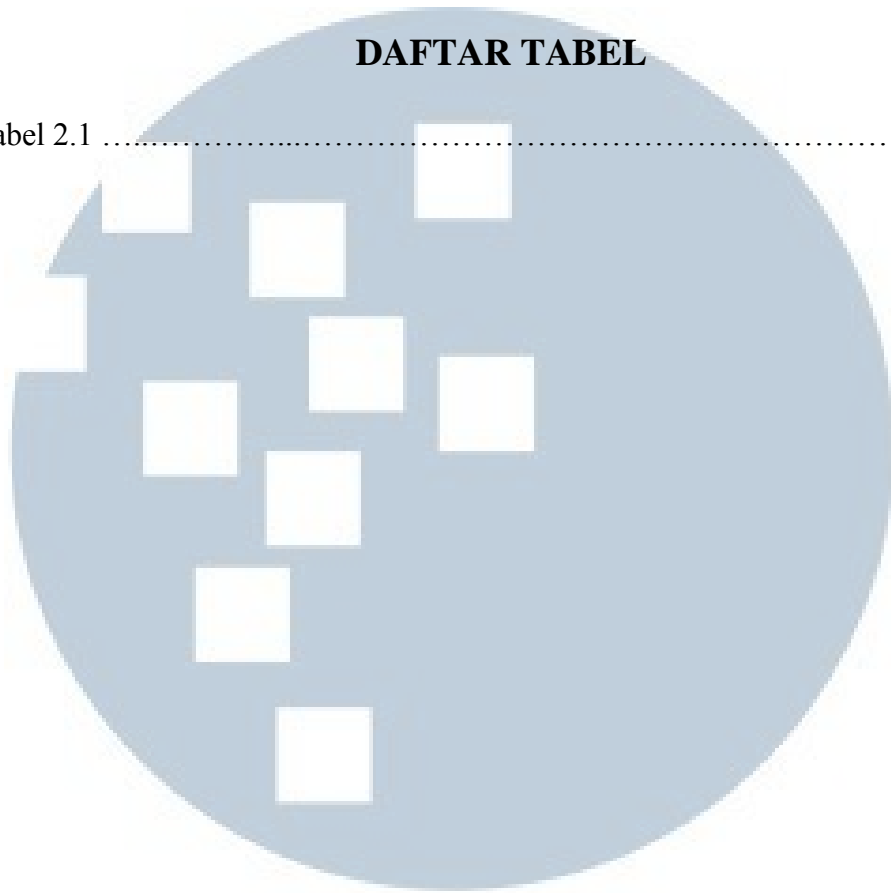
DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Keterbatasan Penelitian.....	7
BAB II	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori dan Konsep.....	12
2.2.1 Public Relations	12
2.2.2 Corporate Communication.....	15
2.2.3 Reputasi	22
2.2.4 Krisis.....	24
2.2.5 Tipe-tipe Krisis	26
2.2.6 Tahapan-Tahapan Krisis	28
2.2.7 Manajemen Krisis	30
2.2.8 Komunikasi Krisis	31
2.3 Kerangka Berpikir.....	38
BAB III	39
3.1. Paradigma Penelitian	39
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	41

3.3 Metode Penelitian	43
3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Keabsahan Data	45
3.7 Teknik Analisis Data	46
BAB IV	48
4.1 Subjek Penelitian	48
4.1.1 Profil Perusahaan PT Indosat Tbk	48
4.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan	49
4.1.2 Visi dan Misi PT Indosat Tbk.....	52
4.1.3 Nilai – Nilai PT Indosat Tbk.....	52
4.1.4 Struktur Group Perusahaan Komposisi Pemegang Saham & Entitas Anak Perusahaan	54
4.1.5 Struktur Organisasi PT Indosat Tbk	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Latar Belakang Krisis	56
4.2.2 Tipe Krisis.....	58
4.2.3 Tahapan Krisis	60
4.2.4 Komunikasi Krisis	68
4.3 Pembahasan	74
BAB V	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran Akademis	86
5.2.2 Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN A.....	89
LAMPIRAN B.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	9
-----------------	---



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.2	16
Gambar 2.2.3	17
Gambar 4.1.1	48
Gambar 4.1.4	54
Gambar 4.1.5	55
Gambar 4.3	75
Gambar 4.4	78
Gambar 4.5	81
Gambar 4.6	82

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS DALAM
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN
TELEKOMUNIKASI DI INDONESIA
(STUDI KASUS: IKLAN #ROAMINGASYIK PT INDOSAT TBK)

ABSTRAK

Oleh: Arum Sekar Pratiwi

Di era digital seperti saat ini, industri Telekomunikasi berkembang sangat pesat. Dengan banyaknya jumlah pengguna telepon genggam membuat perusahaan saling bersaing guna mendapatkan pelanggan. Salah satu caranya dengan menggunakan iklan, seperti yang dilakukan PT Indosat Tbk dengan membuat iklan #RoamingAsyik. Akan tetapi pada kasus yang dialami PT Indosat Tbk, iklan tersebut justru malah membuat perusahaan mengalami krisis. Krisis tersebut sangat mempengaruhi reputasi perusahaan dimata publik karena sempat membuat perusahaan dianggap melecehkan dan menyinggung Bekasi.

Judul skripsi ini adalah “Analisis Strategi Komunikasi Krisis Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Telekomunikasi Di Indonesia (Studi Kasus: Iklan #RoamingAsyik PT Indosat Tbk)”. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui situasi dan dampak krisis yang terjadi pada PT Indosat Tbk sehingga membuat warga Bekasi protes. Serta untuk mengetahui strategi komunikasi krisis yang digunakan untuk mempertahankan reputasi PT Indosat Tbk.

Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Pada hasil penelitian terdapat pembahasan tentang bagaimana cara PT Indosat Tbk berhasil menangani krisis yang sempat membuat reputasi perusahaan menjadi buruk di mata publik.

Kata Kunci: Krisis, Reputasi, PT. Indosat Tbk, Komunikasi Krisis.

ANALYSIS OF CRISIS COMMUNICATION STRATEGY IN
MAINTAINING REPUTATION OF TELECOMMUNICATION
COMPANY IN INDONESIA
(CASE STUDY: ADVERTISING #ROAMINGASYIK PT INDOSAT TBK)

ABSTRACT

By: Arum Sekar Pratiwi

In the digital era, the Telecommunications industry is growing very rapidly. With the large number of mobile phone users making the company compete with each other to get customers. One way is to use advertisements, like PT Indosat Tbk does by creating #RoamingAsyik advertisement. However, in the case of PT Indosat Tbk, the advertisement actually made the company experience a crisis. The crisis affected the company's reputation in the public eye because it had caused the company to be considered insulting and offensive to Bekasi.

The title of this thesis is "Analysis of Crisis Communication Strategies in Maintaining the Reputation of Telecommunication Companies in Indonesia (Case Study: #RoamingAsyik Advertisement of PT Indosat Tbk)". This study is to find out the situation and the impact of the crisis that occurred on PT Indosat Tbk so that Bekasi residents protested. And to find out the crisis communication strategy used to maintain the reputation of PT Indosat Tbk.

The author uses a qualitative research approach with a descriptive research design. In the results of the study there was an explanation about how PT Indosat Tbk managed to deal with the crisis which made the company's reputation worse in the public eye.

Keywords: Crisis, Reputation, PT. Indosat Tbk, Crisis Communication.