



**STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT DALAM MANAJEMEN KRISIS  
PADA PT. SURYA DWI UTAMA PERIODE TAHUN 2025**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Salsa Paramitha Suryandari**

**44222010213**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2026**



**STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT DALAM MANAJEMEN KRISIS  
PADA PT. SURYA DWI UTAMA PERIODE TAHUN 2025**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**Salsa Paramitha Suryandari**

**44222010213**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2026**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsa Paramitha Suryandari  
NIM : 44222010213  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:  
“Strategi Komunikasi Korporat dalam Manajemen Krisis pada PT Surya Dwi Utama Periode Tahun 2025”  
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Februari 2026



Salsa Paramitha Suryandari.

## HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
AKREDITASI UNGGUL

072.423.4.03.01

**PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK***

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Salsa Paramitha Suryandari  
NIM : 44222010213  
Program Studi : Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Strategi Komunikasi Korporat Dalam Manajemen Krisis Pada PT. Surya Dwi Utama Periode Tahun 2025”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Februari 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 19%

Jakarta, 25 Februari  
Administrator Turnitin  
  
Rizki Agustin. S.Kom

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**KAMPUS MENARA BHAKTI**  
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650\*  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Salsa Parmitha Suryandari  
NIM : 44222010213  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Korporat dalam  
Manajemen Krisis pada PT Surya Dwi Utama  
Periode Tahun 2025

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dewi Ambarsari, S.Sos, M.I.Kom  
NIDN/NUPTK:0303047803

U N I V E R S I T A S

Jakarta, 24 Februari 2026

Mengetahui,

M E R C U B U A N A

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si  
NIDN/NUPTK: 0318116602



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si  
NIDN/NUPTK:0301117301



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala. Atas izin, rahmat, dan kasih sayang-Nya, penulis diberikan kekuatan, kelancaran, serta ketenangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Setiap proses yang dilalui, baik yang terasa ringan maupun penuh tantangan, menjadi bagian dari pembelajaran yang berharga dan tidak lepas dari pertolongan Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa perjalanan akademik ini tidak selalu berjalan mulus. Terdapat berbagai hambatan, kelelahan, serta keraguan yang sempat dirasakan. Namun demikian, berkat doa, dukungan, dan kehadiran orang-orang terdekat, penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir.

Pada kesempatan ini, penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta doa selama proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Ibu Dewi Ambarsari, S.Sos., M.Ikom selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang membangun. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan kepercayaan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan akademik, serta pelayanan administrasi selama penulis menempuh pendidikan. Kontribusi dan dedikasi yang diberikan sangat berarti dalam menunjang kelancaran proses akademik penulis.
3. Ibu tercinta, Paman dan Bibi Saya yang hingga saat ini masih diberikan kesehatan dan kekuatan. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta dukungan yang selalu menguatkan penulis. Kehadiran dan ketulusan kalian menjadi alasan utama penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini.

4. Ayah tercinta yang telah berpulang ke rahmatullah dan kini berada di sisi Allah Subhanahu wa Ta'ala. Meskipun tidak lagi hadir secara fisik, doa, nilai kehidupan, dan semangat yang ayah tanamkan senantiasa menjadi pengingat dan sumber motivasi bagi penulis. Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala memberikan tempat terbaik bagi ayah di surga-Nya.
5. Saudari-saudari penulis, yang selalu memberikan dukungan, perhatian, serta semangat. Kebersamaan dan kepedulian yang diberikan sangat berarti dalam membantu penulis melewati masa-masa sulit selama penyusunan skripsi.
6. Sahabat-sahabat penulis, Yoga Dwi, Marcellus Alfred, Erica, Dara yang telah menemani, membantu, dan memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi. Diskusi, bantuan, dan kebersamaan yang terjalin menjadi pengalaman yang sangat berarti bagi penulis.
7. Faishol Putra Raiza, selaku teman special bagi penulis, yang senantiasa memberikan dukungan, pengertian, kesabaran, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa, perhatian, dan kehadiran yang terus menguatkan penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala membalas seluruh kebaikan yang telah diberikan dengan pahala yang berlipat ganda.

Aamiin ya Rabbal 'alamin.

Jakarta, 18 Februari 2026

Salsa Paramitha Suryandari

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsa Parmitha Suryandari  
NIM : 44222010213  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Korporat dalam  
Manajemen Krisis pada PT Surya Dwi Utama  
Periode Tahun 2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 2026

Yang menyatakan,

Salsa Paramintha Suryandari



# STRATEGI KOMUNIKASI KORPORAT DALAM MANAJEMEN KRISIS PADA PT. SURYA DWI UTAMA PERIODE TAHUN 2025

## ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis khususnya dunia industri menuntut pelaku bisnis untuk menghadapi dunia dinamika bisnis yang kompetitif dan kompleks. tidak hanya menjalankan operasi bisnis, tetapi pelaku bisnis juga harus memiliki kesiapan dalam menghadapi kondisi krisis akibat dunia bisnis yang tidak menentu. Kodisis krisis dapat terjadi dalam sisi mana saja. Baik dari sisi internal (kesalahan operasional, konflik sumber daya manusia), maupun sisi eksternal (perubahan pasar, gangguan distribusi, atau tekanan publik). Kesiapan dalam menghadapi dunia krisis diharapkan bisa memperbaiki reputasi perusahaan, memeperetahankan stabilitas operasional dan menaikan tingkat kepercayaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi korporat yang dijalankan oleh PT Surya Dwi Utama dalam menghadapi potensi krisis. Baik faktor yang bersumber dari internal maupun eksternal. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan mengadopsi jenis penelitian deskriptif. Dengan analisis data yang diterapkan adalah analisis tematik dan teknik triangulasi untuk keabsahan data yang didapat

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi (baik partisipatif maupun non-partisipatif), serta analisis terhadap dokumen dan media internal perusahaan. Yang disubjekkan kepada 5 informan, yaitu CEO, Direktur, Manager, Head Marketing dan staff marketing dari PT. Surya Dwi Utama. Dimana Penetapan subjek dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi korporat yang diterapkan PT. Surya Dwi Utama dalam manajemen krisis telah berjalan secara sistematis melalui tahapan *pre-crisis*, *crisis response*, dan *post-crisis*, serta berperan penting dalam menjaga stabilitas internal, mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan, dan melindungi reputasi perusahaan.

Kata Kunci : Analisis Tematik, Teknik Triangulasi paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, penelitian deskriptif, *purposive sampling*

## **CORPORATE COMMUNICATION STRATEGY IN CRISIS MANAGEMENT AT PT. SURYA DWI UTAMA IN THE 2025 PERIOD**

### ***ABSTRACT***

*The development of the business world, particularly the industrial world, demands that business actors face the complex and competitive dynamics of business. Business actors must not only maintain business operations but also be prepared to face crises caused by the uncertain business world. Crisis conditions can arise from any perspective, whether internal (operational errors, human resource conflicts) or external (market changes, distribution disruptions, or public pressure). Preparedness for facing crises is expected to improve a company's reputation, maintain operational stability, and increase trust.*

*This study aims to identify and analyze the corporate communication strategies implemented by PT Surya Dwi Utama in facing potential crises. Both internal and external factors are considered. This study uses a constructivist paradigm and a qualitative approach, adopting a descriptive research style. The data analysis used thematic analysis and triangulation techniques to validate the data obtained.*

*Data collection techniques used included in-depth interviews, observation (both participatory and non-participatory), and analysis of internal company documents and media. The subjects were five informants: the CEO, Director, Manager, Head of Marketing, and marketing staff of PT. Surya Dwi Utama. Subject selection was conducted using a purposive sampling method.*

*This study concludes that PT. Surya Dwi Utama's corporate communication strategy for crisis management has been implemented systematically through pre-crisis, crisis response, and post-crisis stages, and plays a crucial role in maintaining internal stability, maintaining stakeholder trust, and protecting the company's reputation.*

*Keywords: Thematic Analysis, Constructivism Triangulation Technique, Qualitative Approach, Descriptive Research, Purposive Sampling*

## DAFTAR ISI

|                                                                                          |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>                                             | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN .....</b>                                 | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                                          | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                               | <b>v</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI<br/>RESPOSITORI UMB .....</b> | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                      | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                                                     | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                                  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                                           | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang .....                                                              | 1           |
| 1.2    Fokus Penelitian .....                                                            | 8           |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                                                            | 8           |
| 1.4    Manfaat Penelitian.....                                                           | 8           |
| 1.4.1    Manfaat Akademis .....                                                          | 8           |
| 1.4.2    Manfaat Praktis .....                                                           | 8           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                                      | <b>10</b>   |
| 2.1    Penelitian Terdahulu .....                                                        | 10          |
| 2.2    Kajian Teoritis .....                                                             | 19          |
| 2.2.1    Komunikasi .....                                                                | 19          |
| 2.2.2    Strategi Komunikasi .....                                                       | 22          |
| 2.2.3    Korporat .....                                                                  | 24          |
| 2.2.4    Manajemen Krisis .....                                                          | 25          |
| 2.3    Kerangka Pemikiran .....                                                          | 28          |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                                                | <b>30</b>   |
| 3.1    Paradigma Penelitian .....                                                        | 30          |
| 3.2    Metode Penelitian.....                                                            | 33          |

|                                                    |                                                                                 |           |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3                                                | Subjek Penelitian.....                                                          | 33        |
| 3.4                                                | Teknik Pengumpulan Data.....                                                    | 36        |
| 3.4.1                                              | Data Primer .....                                                               | 36        |
| 3.4.2                                              | Data Sekunder .....                                                             | 38        |
| 3.5                                                | Teknik Analisis Data.....                                                       | 39        |
| 3.6                                                | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....                                          | 40        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                                                                 | <b>43</b> |
| 4.1                                                | Gambaran Objek dan Subjek Penelitian .....                                      | 43        |
| 4.1.1                                              | Objek Penelitian: PT Surya Dwi Utama .....                                      | 43        |
| 4.1.2                                              | Sejarah Singkat .....                                                           | 43        |
| 4.1.3                                              | Visi dan Misi PT. Surya Dwi Utama.....                                          | 44        |
| 4.1.4                                              | Logo PT. Surya Dwi Utama .....                                                  | 45        |
| 4.1.5                                              | Web PT. Surya Dwi Utama .....                                                   | 46        |
| 4.1.6                                              | Instagram PT. Surya Dwi Utama.....                                              | 47        |
| 4.1.7                                              | Struktur Perusahaan .....                                                       | 48        |
| 4.2                                                | Hasil Penelitian .....                                                          | 48        |
| 4.2.1                                              | Mengenal karakteristik Khalayak : Internal dan Eksternal .....                  | 49        |
| 4.2.2                                              | Merancang Pesan Komunikasi : Hierarkis, Jelas, dan Kontekstual<br>51            |           |
| 4.2.3                                              | Metode Penyampaian Pesan : Langsung, Digital, Hybrid .....                      | 53        |
| 4.2.4                                              | <i>Pre-Crisis</i> : Identifikasi Risiko dan Kesiapsiagaan Komunikasi ...        | 55        |
| 4.2.5                                              | <i>Crisis Responses</i> : Keputusan Terpusat dan Pesan Terkoordinasi..          | 57        |
| 4.2.6                                              | <i>Post Crisis</i> : <i>Evaluasi, Mitigasi, Dan Pemulihan kepercayaan</i> ..... | 59        |
| 4.3                                                | Pembahasan.....                                                                 | 61        |
| <b>BAB V KESIMPULAN.....</b>                       |                                                                                 | <b>68</b> |
| 5.1                                                | Kesimpulan .....                                                                | 68        |
| 5.2                                                | Saran .....                                                                     | 69        |
| 5.2.1.                                             | Saran Akademis .....                                                            | 69        |
| 5.2.2                                              | Saran Praktis .....                                                             | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                        |                                                                                 | <b>71</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                              |                                                                                 | <b>75</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.1 Logo PT Surya Dwi Utama .....                                                               | 45 |
| Gambar 4.2 Web PT. Surya Dwi Utama .....                                                               | 46 |
| Gambar 4.3 Instagram PT. Surya Dwi Utama .....                                                         | 47 |
| Gambar 4.4 Struktur Perusahaan PT. Surya Dwi Utama .....                                               | 48 |
| Gambar 4.5 Gambar Alur Strategi Komunikasi Korporat dalam Manajemen Krisis<br>PT Surya Dwi Utama ..... | 65 |





## DAFTAR TABEL

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                    | 13 |
| Tabel 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....                | 29 |
| Tabel 3.1 Subyek Penelitian .....                      | 36 |
| Tabel 4.1 Temuan Wawancara Per Informan Per Tema ..... | 62 |

