



**TIPIFIKASI KEPEMIMPINAN SAAT KRISIS
EKONOMI BERBASIS PANDEMI COVID 19**

**(STRATEGI KOMUNIKASI MANAJEMEN KRISIS PADA
PERUSAHAAN PT IKONS EO JAKARTA, PT TRIGGER
EO MEDAN, DAN PT ARJUNA EO SOLO)**

THESIS

Disusun oleh:

**Siti Faridah
55219110027**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 membawa dampak perubahan yang sangat besar terhadap organisasi terutama dalam mempertahankan reputasi perusahaan. Salah satu perusahaan yang banyak terdampak karena adanya pandemi ini adalah perusahaan jasa *event organizer* yang dimana cukup terganggu karena adanya pengurangan aktivitas yang berlangsung di masa pandemi. Fokus penelitian ini adalah bagaimana bentuk komunikasi perubahan khususnya dalam manajemen komunikasi krisis dari perusahaan EO saat menghadapi pandemi COVID-19 dengan menggunakan 3 perusahaan sebagai informan yang ada di Medan, Jakarta dan Solo. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian studi kasus dan pendekatan kualitatif mengacu pada teori perubahan. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai pemilik, karyawan dan partner dengan metode *snowball sampling*. Pada penelitian ini ditemukan, ada empat tipikasi yang menentukan berhasil atau tidaknya upaya manajemen krisis yaitu *leadership communication*, pola komunikasi kreatif, inovasi dan penguatan kohesi internal.

Kata Kunci : *Manajemen, Komunikasi Krisis, Event Organizer, Pandemi COVID-19*



ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has brought enormous changes to the organization, especially in maintaining the company's reputation. One of the companies most affected by this pandemic is an event organizer service company which is quite disturbed due to a reduction in activities that take place during the pandemic. The focus of this research is how the form of communication changes, especially in crisis communication management from EO companies when facing the COVID-19 pandemic by using 3 companies as informants in Medan, Jakarta, and Solo. This study uses a constructivist paradigm with case study research methods and a qualitative approach referring to the theory of change. Data was collected by interviewing owners, employees, and partners using the snowball sampling method. In this study, it was found that four types determine the success or failure of crisis management efforts, namely leadership communication, creative communication patterns, innovation, and strengthening internal cohesion.

Keywords : Management, Crisis Communication, Event Organizer, Pandemic COVID-19



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Tipifikasi Kepemimpinan Saat Krisis Ekonomi Berbasis Pandemi COVID 19
Nama : Siti Faridah
N I M : 55219110027
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 22 Juli 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Agustus 2021



(Siti Faridah)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Siti Faridah
NIM : 55219110027
Program Studi : Magister Corporate and Marketing Communication

dengan judul

“ Strategi Inovasi Dan Komunikasi Kepemimpinan Perusahaan EO Dalam Krisis Pandemi Covid 19 (Studi Komperatif Pada Perusahaan PT. Ikons EO Jakarta , Trigger EO Medan, Arjuna EO Solo) ”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 8 Juli 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 14

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Juli 2021
Administrator Turnitin



Sukadi,SE., MM



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Siti Faridah
NIM : 55219110027
Jenjang Pendidikan : Magister
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Tipifikasi Kepemimpinan Saat Krisis Ekonomi
Berbasis Pandemi COVID 19

Jakarta, (1 Agustus 2021)

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Irmulansati T., S.H., M.Si)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Siti Faridah
NIM : 55219110027
Jenjang Pendidikan : Magister
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Tipifikasi Kepemimpinan Saat Krisis Ekonomi
Berbasis Pandemi COVID 19

Jakarta, (1 Agustus 2021)
Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Irmulansati T., S.H., M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Alhamdulillahirobbilalamin

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Manajemen Komunikasi Krisis Perusahaan Event Organizer dalam Menghadapi Pandemi Covid 19 (Studi Komparatif pada Perusahaan PT Ikons EO Jakarta, Trigger EO Medan, dan Arjuna EO Solo ”. Penelitian ini diajukan guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Selama penelitian ini dilaksanakan Pandemi Covid 19 masih berlangsung dan penulis merasakan sendiri dampaknya dan mengetahui bagaimana perusahaan yang penulis teliti melakukan *struggle* yang luar biasa, penulis menemukan banyak tantangan dalam meneliti 3 perusahaan Event Organizer ini. Penulis berharap Penelitian ini dapat berguna untuk perusahaan event organizer lainnya dalam menghadapi pandemi sejenis lainnya.

Dalam menyelesaikan penelitian ini penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dan di dalam pengantar ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tidak terhingga kepada :

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo,SH., M.Si selaku dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan dorongan dan motivasi pembimbingan penelitian ini.
2. Ibu Elly Yulawati selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Heri Budianto, M. Si selaku Kaprodi
4. Bapak Afdal Makkuraga, M.Si selaku Sekprodi
5. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si Ketua penguji dan penelaah dengan berbagai saran, kritik dan juga pandangan seru kepada penulis untuk menyusun penelitian ini.
6. Ibu Dr. Henni Gusfa M.Si selaku dosen dan juga teman curhat disaat galau Covid 19 menerpa bisnis penulis yang juga kena zona merah.
7. Bapak/ Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji penulis guna penyempurnaan penelitian ini
8. Bpk Farid Hamid M.Si , Dr.Juwono Tri Atmojo, S. Sos., M.Si yang selalu bersedia diskusi dan selalu memberikan semangat kepada penulis.

9. Seluruh Dosen Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
10. Terima kasih kepada narasumber dari penelitian ini, yaitu jajaran dari top manajemen dari PT Ikons EO Jakarta Bpk Edrian Eko, Trigger EO Medan Bpk Andi , dan Arjuna EO Solo Bpk Yudi yang telah memberikan informasi berharga dan mensupport penelitian ini agar bisa memberikan manfaat bagi perusahaan Event Organizer lainnya.
11. Kak Valdi dan anak-anakku Aliif Farandra dan Milqaf Aldan yang memberikan izin dan membagi kualitas waktu mereka terbagi untuk kuliah Ibu ini. Masya Allah Tabarakallah... Sarangheoo
12. Adik-adikku sayang, Chulik dan Ciwow dan keponakan keponakan Ibu yang selalu memberikan doa dan support *full* nya walau terheran heran kenapa kakaknya sudah tua tapi mau kuliah lagi.
13. Seluruh karyawanku Absolute EO, Java Expo, Lagilagi Ent dan team youtube #Ibucantikrockandroll terutama untuk Tie Octa, Uncle Bro Riant, Palupi yang selalu mendukung penuh dan tidak meragukan bahwa Ibu bisa tetap bagi waktu untuk menyelesaikan studi Magister ini.” Hey.. I did it guys” .
14. Ketua Kelas Mikom Bang Reza , Adik biduanku Denias, oppa Rifqy. Rizal, Quin dan teman-teman angkatan yang selalu menyenangkan dan bikin rindu. Semoga pandemic cepat selesai sehingga bisa bertemu semuanya. Semangat guys!
15. Sahabat , teman dan partner yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas supportnya kepada penulis hingga selesainya penelitian ini.

Semoga masa Pandemi Covid 19 bisa memberikan banyak pembelajaran serta dampak positif kedepannya untuk bisnis Event Organizer dan sektor Pariwisata pada khususnya dan untuk semua pembaca pada umumnya. Mohon maaf apabila tidak sempurna dari segi isi maupun susunannya. Tetap semangat *and always rock and roll.*

Jakarta, 10 Juli 2021



Siti Faridah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Secara praktis.....	9
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori	29
2.2.1 Komunikasi Krisis.....	29
2.2.2 Teori Komunikasi Krisis Organisasi.....	36
2.2.3 Manajemen Krisis.....	41
2.2.5 Konsep Kepemimpinan dan Gaya Komunikasi.....	49
2.2.6 Konsep Komunikasi Difusi Inovasi.....	52
2.3 Kerangka Pemikiran	55
BAB III	56
METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1 Objek Penelitian	56

3.2 Paradigma Penelitian	56
3.3 Metode Penelitian	57
3.4 Subjek Penelitian	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.6 Teknik Analisa Data	61
3.7 Teknik Keabsahan Data	61
<i>BAB IV</i>	62
<i>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</i>	62
4.1 Gambaran Objek Penelitian	62
4.1.1. Profil Ikon EO Jakarta.....	62
4.1.2. Profil PT Trigger Indonesia EO Kota Medan	67
4.1.3. Profil Arjuna EO Kota Solo.....	75
4.2. Hasil Penelitian	81
4.2.1 PT Ikons Perkasa Kerja Kreasi : Terbiasa Berpikir Kreatif dan Kompetitif.....	82
4.2.1.1 Tahapan Deteksi dan Adaptasi.....	82
4.2.1.2 Tahapan Pencegahan dan Inventaris.....	84
4.2.1.3 Tahapan Kontrol.....	85
4.2.1.4 Tahapan Pemulihan	86
4.2.1.5 Tahapan Belajar.....	87
4.2.2 PT Trigger Indonesia : Siasat Berbagai Jenis Usaha	89
4.2.2.1. Tahapan Deteksi dan Adaptasi	89
4.2.2.2 Pencegahan dan Inventaris	92
4.2.2.3. Kontrol.....	94
4.2.2.4. Pemulihan	95
4.2.2.5. Belajar	97
4.2.3 Arjuna EO : Anak Muda, Masa Keemasan, dan Ragam Siasat saat Pandemi.....	99
4.2.3.1 Pandemi Covid 19 : Prinsip Bebas Ngantor tanpa Bergaji	99
4.2.3.2 Tahapan Deteksi dan Adaptasi	99
4.2.3.3 Mencincar Peluang Usaha Mengatasi Pandemi : Siasat Jeda saat PSBB	104
4.2.3.4 Kontrol.....	110
4.2.3.5 Pemulihan	111
4.2.3.6 Belajar	113
4.2.4 Kecirian Perbedaan Gaya Kepemimpinan dengan Perbedaan Budaya.....	119
4.3. Pembahasan	125
4.3.1. Leadership Communication : Memperkuat Ikatan Solidaritas dan Menyiasati Beragam Hambatan Kebijakan Eksternal	128
4.3.2. Pola Komunikasi Kreatif : Memperkuat Kapasitas Internal dalam Rangka Pemertahanan Hidup Organisasi dan Karyawan	132
4.3.3. Inovasi : Mengadopsi dan Menggeser Event Konvensional Luring ke Lifestyle Virtual Online	133
4.3.4. Kohesi Internal : Spirit Kebersamaan agar Bisa Bertahan Hidup sekaligus Menjaga Reputasi Organisasi	134

BAB V	137
KESIMPULAN DAN SARAN	137
5.1 Kesimpulan	137
5.2 Saran	138
5.2.1 Saran Akademis.....	138
5.2.2 Saran Praktis.....	138
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	143
DAFTAR NARASUMBER / INFORMAN PENELITIAN	143
DAFTAR PERTANYAAN INFORMAN PENELITIAN	144



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel penelitian terdahulu.....	21
Tabel tipikasi dan komparasi tahapan komunikasi krisis.....	137
Tabel hasil tipikasi / pemolaan	152
Tabel transkrip wawancara edrian ikons EO.....	163
Tabel transkrip wawancara hernando ikons EO.....	173
Tabel transkrip wawancara imam pambudi arjuna EO.....	178
Tabel transkrip wawancara andi trigger EO.....	184



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita <i>Event Organizer</i> saat COVID-19.....	13
Gambar 4.1 Company Profile dari PT Ikons.....	92
Gambar 4.2 Company Profile dari PT Ikons.....	93
Gambar 4.3 Event yang dikerjakan dari PT Ikons sebelum masa Pandemic Covid19.....	94
Gambar 4.5 Company profile dan event dari PT. Trigger sebelum Pandemi Covid 19.....	100
Gambar 4.7 Company profile event dari Arjuna EO sebelum Pandemi Covid 19.....	105
Gambar 4.4 Event saat pandemi dari PT Ikons.....	112
Gambar 4.6 Event PT Trigger saat Pandemi Covid 19.....	120
Gambar 4.8 Event saat pandemi dari Arjuna EO.....	133
Gambar 4.9 Event saat pandemi dari Arjuna EO.....	134
Gambar 4.10 Event saat pandemi dari Arjuna EO.....	134
Gambar 4.11 Event saat pandemi dari Arjuna EO.....	135
Gambar 4.12 Event Arjuna EO selama masa Pandemi Covid 19.....	136


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Permohonan Penelitian/Pengumpulan Data PT. Ikons Kerja Kreasi	163
Lampiran Permohonan Penelitian/Pengumpulan Data PT. Arjuna.....	164
Lampiran Permohonan Penelitian/Pengumpulan Data CV. Trigger.....	165





UNIVERSITAS
MERCU BUANA