



**MANAJEMEN KOMUNIKASI PT EIGERINDO MPI DALAM MENJAGA REPUTASI
PERUSAHAAN**

(Studi Kasus Fenomena Surat Keberatan di Sosial Media)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu
Komunikasi

Disusun oleh:

Adinda Nabila Maharani

44218010168

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

MERUYA, JAKARTA

2022



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adinda Nabila Maharani
NIM : 44218010168
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir dengan judul: adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang diduplikasikan maupun atau tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 10 Maret 2022
Yang membuat pernyataan,



Adinda Nabila M
Maharani

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Ervan Ismail, S.sos)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Adinda Nabila Maharani
NIM : 44218010168
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Manajemen Komunikasi PT Eigerindo MPI Dalam
Menjaga Reputasi Perusahaan

Jakarta, 26 Juli 2022

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(Eryan Ismail, S.sos)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Adinda Nabila Maharani
NIM : 44218010168
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Manajemen Komunikasi PT Eigerindo MPI Dalam
Menjaga Reputasi Perusahaan

Jakarta, 28 Juli 2022

Ketua Sidang,
Drs. Irmulansati T, M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



_____)

Penguji Ahli,
Achmad Fachrudin, M.Si



_____)

Pembimbing,
Ervan Ismail, S.sos



_____)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Manajemen Komunikasi PT Eigerindo MPI Dalam
Menjaga Reputasi Perusahaan

Nama : Adinda Nabila Maharani

NIM : 44218010168

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 26 Juli 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations **UNIVERSITAS** Pembimbing

MERCU BUANA



(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



(Ervan Ismail, S.sos)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

Adinda Nabila Maharani 44218010168

Manajemen Komunikasi PT Eigerindo MPI Dalam Menjaga Reputasi Perusahaan

Bibliografi: 5 Bab, 132 hal + Lampiran+ 12 Buku+ 9 Internet

ABSTRAK

Manajemen Komunikasi dalam sebuah perusahaan sangatlah penting dalam menjaga reputasi perusahaan karena reputasi merupakan unsur terpenting baik dan buruk suatu reputasi perusahaan menjadikan sebuah indicator dalam keberhasilan perusahaan. Reputasi dibentuk melalui interaksi antara perusahaan dengan khalayak. Reputasi yang bagus tidak hanya akan meningkatkan nilai diri kita, namun juga nilai dari apa – apa yang kita hasilkan, sebagai seorang public relations harus memberikan reputasi yang kuat bagi perusahaan untuk dampak positif bagi reputasi. PT Eigerindo MPI merupakan sebuah brand local Indonesia yang sudah memiliki berbagai cabang nasional maupun Internasional yang menjualkan alat – alat kebutuhan hiking ataujuga disebut alam. Dengan persaingan Eiger yang begitu banyak, maka seorang public relatios harus dapat mengelola manajemen komunikasi perusahaan shingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Fokus penelitian ini adalah bagaimana manajemen komunikasi PT Eigerindo MPI dalam menjaga reputasi menentukan teknik, bentuk dan layanan komunikasi secara internal dan eksternal untuk menjaga reputasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan data wawancara dan observasi. Hasil Penelitian ini pada validitas eksternal dalam penelitian kualitatif merupakan pertanyaan empiris yang bergantung pada kesamaan konteks, sehingga orang lain dapat memahaminya. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan laporan deskriptif yang mendetail, jelas, sistematis dan berpengalaman sehingga pembaca dapat memperoleh informasi yang jelas tentang temuan penelitian ini. Dan pada teknik manajemen komunikasi informative, persuasive dan koersif.



Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication Sciences
Field of Public Relations Studies

Adinda Nabila Maharani 44218010168

Communication Management of PT Eigerindo MPI in Maintaining the Company's
Reputation

Bibliography: 5 Chapters, 9 internet articles, 12 Books

ABSTRACT

Communication management within a company is very important in building a company's reputation because reputation is the most important element of good and bad corporate reputation as an indicator of the company's success. Reputation is formed through interactions between companies and audiences. A good reputation will not only increase our self-worth but also the value of what we produce, as a public relations person must give a strong reputation for the company for a positive impact on reputation. PT Eigerindo MPI is a local Indonesian brand that already has various national and international branches that sell hiking equipment, also known as nature. With so much Eiger competition, public relations must be able to manage the company's communication management so that they are able to compete with other companies. The focus of this research is how the communication management of PT Eigerindo MPI in building reputation determines communication techniques, forms and services internally and externally to build a reputation. This study uses qualitative methods with interview and observation data collection techniques. The results of this study on external validity in qualitative research are empirical questions that depend on similarities in context so that other people can understand them. In this study, the researcher provides a detailed, clear, systematic, and experienced descriptive report so that readers can get clear information about the findings of this study. And in informative, persuasive, and coercive communication management techniques.

Keywords: Manajemen Komunikasi, Reputasi, PT Eigerindo MPI

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas izin, rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik. Makalah dengan judul “Manajemen Komunikasi PT Eigerindo MPI dalam membangun Reputasi.” ini disusun dengan tujuan sebagai salah satu syarat melengkapi tugas akhir semester enam pada mata kuliah Riset Komunikasi. Melalui penelitian ini, saya berharap agar saya dan pembaca mampu mengenal lebih jauh mengenai rangka manajemen komunikasi dalam membangun reputasi sebagai solusi mempermudah mencapai tujuan yang diinginkan.

Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam proses penyusunan makalah ini khususnya kepada:

1. Bapak Ervan Ismail, S.sos selaku Dosen pembimbing Skripsi saya sudah membantu dan memberikan arahan, saran dalam Skripsi.
2. Ibu Suryaning Hayati, SE. MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations dan Ibu Anindita, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan
4. Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Ibu Drs. Irmulansati T, M.Si dan Bapak Achmad Fachrudin, M.Si selaku Ketua Penguji dan Penguji Ahli saya saat sidang tugas akhir. Saya mengucapkan terima kasih banyak atas saran dan masukan dalam tugas akhir saya.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Bidang Studi Public relations Universitas Mercu Buana. Peneliti ucapkan terimakasih atas ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan di Bidang Studi Public relations Universitas Mercu Buana.
8. Kedua orang tua saya yang telah memberikan segala bentuk Doa, dukungan dan kasih sayang untuk saya menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman – teman seperjuangan Public Relation 2018 yang telah bersedia mendengarkan keluh kesah, membimbing, mengarah dan memberikan motivasi saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.
10. Terima Kasih banyak untuk Muhammad Ricky Jaya sudah menjadi penyemangat hingga saat ini.

11. Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for quitting, for just being me at all times.

Saya berharap agar penelitian yang telah saya susun ini dapat memerikan inspirasi bagi pembaca dan penulis yang lain. Saya juga berharap agar tugas akhir ini menjadi acuan yang baik dan berkualitas.

Jakarta, Maret 2022

Adinda Nabila Maharani



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teoretis.....	15
2.2.1. Komunikasi	15
2.2.2. Komunikasi Media	17
2.2.3. Komunikasi Organisasi	18
2.2.4. Komunikasi Kepemimpinan	21
2.2.5. Komunikasi Krisis	22
2.3. Manajemen Komunikasi	30
2.3.1. Manajemen Krisis.....	33
2.4. Public Relations	34

2.5. Reputasi	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Paradigma Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian	43
3.3. Subjek Penelitian	44
3.4. Teknik Pengumpulan Data	45
3.5. Teknik Analisis Data	49
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1. Sejarah Singkat PT Eigerindo MPI	53
4.1.2. Visi dan Misi PT Eigerindo MPI	57
4.1.3. Logo PT Eigerindo MPI	58
4.1.4. Profil Narasumber	58
4.2. Hasil Penelitian	59
4.2.1. Manajemen Komunikasi PT Eigerindo MPI Dalam Menjaga Reputasi.....	59
4.2.2. Peranan Public Relations PT Eigerindo MPI dalam Komunikasi dan Menjaga Reputasi Perusahaan	65
4.3. Pembahasan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu8



DAFTAR ISI GAMBAR

2.1 Proses Komunikasi dalam Liliwer	14
3.1 Komponen Analisis data Model Miles and Huberman	42
4.1 Logo PT Eigerindo MPI (1973-2014)	49
4.2 Logo PT Eigerindo MPI (2014- Sekarang)	49
4.3 Bukti Surat Keberatan Eiger	52
4.4 Review Kacamata Eiger pada akun @duniadian	56
4.5 Surat Keberatan pada postingan akun twitter @duniadian	57
4.6 Pernyataan @duniadian terkait Surat Tersebut di akun twitter @duniadian	58
4.7 Surat Permohonan Maaf untuk @duniadian dan Eigerian pada postingan tweet Eiger	59
4.8 Klarifikasi CEO Eiger Menjawab	60
4.9 Penyebaran Surat Keberatan di twitter	68
4.10 Sindiran Akun Bisnis Pesaing	70
4.11 Surat Permohonan Maaf untuk @duniadian dan Eigerian pada postingan tweet Eiger	73
4.12 Surat Tertulis Permohonan Maaf CEO untuk @duniadian dan Eigerian	74
4.13 Surat Tertulis Permohonan Maaf Eiger Adventure untuk @duniadian dan Eigerian	74
4.14 Klarifikasi CEO Eiger Menjawab	75
4.15 Voucher Diskon selama pasca krisis sebagai pemulihana reputasi	77
4.16 Program Pengembanagn untuk meningkatkan reputasit CO-CREACTION CLASS	78