



**PEMANFAATAN APLIKASI DIGITAL RIHANA SEBAGAI
STRATEGI MENGELOLA KRISIS UNTUK MEMBANGUN
REPUTASI PERUSAHAAN
(Studi Kasus Direktorat *Consumer* Telkom Indonesia)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program
Studi Magister Ilmu Komunikasi

OLEH:

KRISTHA IMMANUEL SURANTA GINTING

NIM : 55220120053

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

2023



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Kristha Immanuel Suranta Ginting
NIM : 55220120053
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pemanfaatan Aplikasi Digital RIHANA sebagai Strategi
Mengelola Krisis untuk Membangun Reputasi Perusahaan.
(Studi Kasus Direktorat *Consumer* Telkom Indonesia)

Jakarta, 14 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Syaifuddin, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pemanfaatan Aplikasi Digital Rihana Sebagai Strategi
Mengelola Krisis Untuk Membangun Reputasi Perusahaan
(Studi Kasus Direktorat Consumer Telkom Indonesia)

Nama : Kristha Immanuel Suranta Ginting

NIM : 55220120053

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

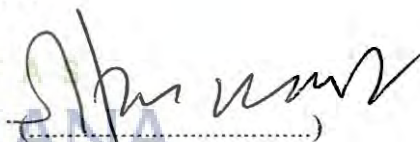
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 14 Agustus 2023

Jakarta, 14 Agustus 2023

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)



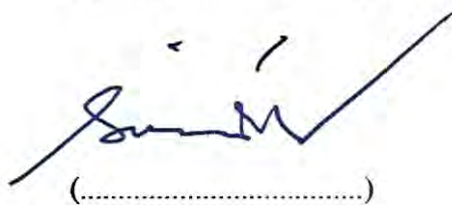
(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. A. Rahman H.I., M.Si)



(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Syaifuddin, M.Si)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pemanfaatan Aplikasi Digital Rihana Sebagai Strategi
Mengelola Krisis Untuk Membangun Reputasi Perusahaan
(Studi Kasus Direktorat Consumer Telkom Indonesia)

Nama : Kristha Immanuel Suranta Ginting

NIM : 55220120053

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

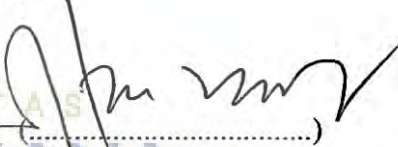
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 14 Agustus 2023

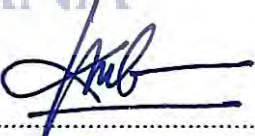
Jakarta, 14 Agustus 2023
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)




(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. A. Rahman H.I., M.Si)



(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Syaifuddin, M.Si)



(.....)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Kristha Immanuel Suranta Ginting
NIM : 55220120053
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pemanfaatan Aplikasi Digital RIHANA sebagai Strategi
Mengelola Krisis untuk Membangun Reputasi Perusahaan.
(Studi Kasus Direktorat *Consumer* Telkom Indonesia)

Jakarta, 14 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Syaifuddin, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Kristha Immanuel Suranta Ginting
NIM : 55220120053
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Pemanfaatan Aplikasi Digital RIHANA sebagai Strategi Mengelola Krisis untuk Membangun Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Direktorat Consumer Telkom Indonesia) ” ,telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 Agustus 2023 didapatkan nilai persentase sebesar 7%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2023,
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

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

Judul : Pemanfaatan Aplikasi Digital RIHANA sebagai Strategi Mengelola Krisis untuk Membangun Reputasi Perusahaan.
(Studi Kasus Direktorat *Consumer* Telkom Indonesia)

Nama : Kristha Immanuel Suranta Ginting

NIM : 55220120053

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 14 Agustus 2023

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.

MERCU BUANA

Jakarta, 14 Agustus 2023



(Kristha Immanuel Suranta Ginting)

KATA PENGANTAR

Terpujilah Allah Tritunggal sumber atas segala hikmat dan pengetahuan. Hanya karena anugerah dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pemanfaatan Aplikasi Digital RIHANA sebagai Strategi Mengelola Krisis untuk Membangun Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Direktorat *Consumer* Telkom Indonesia”, sebuah deskripsi analisis mengenai strategi komunikasi *Public Relations* Telkom Indonesia dalam menghadapi krisis yang terjadi, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi berupa penggunaan aplikasi berbasis digital yang dinamakan RIHANA. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

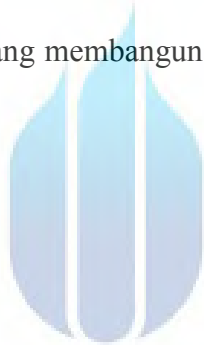
Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Saya ingin menyampaikan terima kasih kepada semua orang yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian Tesis ini. Secara khusus, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syaifuddin, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan pemikiran kepada penulis selama penyusunan tesis ini.
2. Bapak Dr. A. Rahman H.I, M.Si, selaku Dosen Penelaah yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan, koreksi dan bimbingan dalam penelitian ini.

3. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak dan Ibu selaku dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah mengajar, mendidik dan memberikan wawasan baru kepada penulis selama menempuh pendidikan Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.
5. Program studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Teuku Muda Nanta *Executive General Manager Divisi Digital Connectivity Service* Telkom Indonesia.
7. Ibu Nesya Amalia *Manager Customer Care Control Center* Telkom Indonesia.
8. Ibu Inne Pujianti sebagai narasumber dalam penelitian ini.
9. Ibu Ivana Vanessa, sebagai narasumber dalam penelitian ini.
10. Direktorat *Consumer* dan segenap jajaran PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, atas izin dan kesempatan yang diberikan untuk meneliti kebijakan-kebijakan *Public Relations* Telkom Indonesia sebagai objek penelitian dalam menyelesaikan gelar Magister Ilmu Komunikasi.
11. Ayahanda dan Ibunda tercinta, yang telah memberikan doa dan dukungan yang luar biasa sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
12. *My beloved wife* Yuni Ivana yang selalu memberikan dukungan dan cinta luar biasa, dan *my precious daughter* Raline Deandra Callista, yang selalu menjadi penyemangat. *I love you both so much.*

13. Seluruh keluarga besar dan teman-teman teristimewa atas dukungan dan doanya.

Penulis hanya dapat mendoakan, kiranya Tuhan Yesus membalas atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan senantiasa menganugerahkan kasih, berkat dan kemurahan-Nya yang berlimpah-limpah bagi kita sekalian. Akhir kata, peneliti berharap semoga tesis ini dapat menjadi berkat dan memberikan manfaat kepada pembaca. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu dengan berbesar hati dan ikhlas menerima saran dan kritik yang membangun guna perbaikan dan penyempurnaan Tesis ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Mei 2023

Kristha Immanuel Suranta G
55220120053

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademik.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.4.3. Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori	24
2.2.1. Komunikasi Organisasi	24
2.2.2. Manajemen Isu	27
2.2.3. Krisis.....	31
2.2.4. Manajemen Krisis	34

2.2.5. Pemanfaatan Teknologi dalam Penanganan Krisis.....	38
2.2.6. Penanganan Krisis yang tepat dalam meningkatkan Reputasi Perusahaan.	40
2.2.7. <i>Public Relations</i>	45
2.3. Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1. Paradigma Penelitian	52
3.2. Tipe Penelitian.....	53
3.3. Metode Penelitian.....	54
3.4. Objek Penelitian	56
3.5. Subjek Penelitian	56
3.6. Sumber Data	60
3.7. Teknik Pengumpulan Data	61
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	62
3.9. Teknik Keabsahan Data.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1. Telkom Indonesia.....	65
4.1.2 Struktur Organisasi Telkom Indonesia.	67
4.2. Aplikasi RIHANA sebagai Early Warning System.....	71
4.3. Hasil Penelitian.....	85
4.4 PEMBAHASAN.....	104
4.4.1. Manajemen Isu	104
4.4.2. Manajemen Krisis.....	106
4.4.3. <i>Public Relations</i>	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2. Saran	119
5.2.1. Saran Praktisi:.....	119

5.2.2. Saran Akademis:.....	120
5.2.3. Saran Sosial:	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	124



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	51
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Telkom Indonesia.	68
Tabel 4. 2 Implementasi 5W 2H dalam penangan Krisis di Telkom Indonesia. ...	82
Tabel 4. 3 Media Monitoring Telkom Indonesia.	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pelayanan Indihome	4
Gambar 4. 1	Gambaran Umum Telkom Indonesia	65
Gambar 4. 2	Corporate Theme 2021 Telkom Indonesia	71
Gambar 4. 3	Tampilan Aplikasi Digital RIHANA	71
Gambar 4. 4	<i>Crisis Spokeperson Policy</i> Telkom Indonesia	72
Gambar 4. 5	Alur Pengelolaan Krisis Telkom Indonesia	73
Gambar 4. 6	Issue Counter & Crisis Management Step	74
Gambar 4. 7	Krisis Laut Jasuka	76
Gambar 4. 8	Permintaan Maaf Telkom saat terjadi Krisis	78
Gambar 4. 9	Upaya Telkom dalam perbaikan Kabel Bawah Laut Jasuka	79
Gambar 4. 10	Upaya Peningkatan Layanan Telkom	80
Gambar 4. 11	Kompensasi Pelanggan Telkom	80
Gambar 4. 12	RIHANA View Komplain Media - Document Perusahaan PT. Telkom	101
Gambar 4. 13	Contoh Keluhan Pelanggan (sumber : media.konsumen.com) ..	102