



**STRATEGI *CORPORATE COMMUNICATION* PT BRANTAS
ABIPRAYA (PERSERO) DALAM MANAJEMEN ISU
(STUDI KASUS PROGRAM PERUSAHAAN HOPE “*HOME
OWNERSHIPS PROGRAMS FOR EMPLOYEE*”)**

Thesis

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Magister Ilmu
Komunikasi Program Studi Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana

Disusun Oleh :

FAUZAN PUTRA BARNANDA

55221120008

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Fauzan Putra Barnanda
NIM : 55221120008
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : **STRATEGI *CORPORATE COMMUNICATION* PT
BRANTAS ABIPRAYA (PERSERO) DALAM
MANAJEMEN ISU (STUDI KASUS PROGRAM
PERUSAHAAN HOPE “*HOME OWNERSHIPS
PROGRAMS FOR EMPLOYEE*”)**

Jakarta, 12 Maret 2025

Dosen Pembimbing



(Dr. Irmulan Sati Tomohardjo M.Si)



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi *Corporate Communication* PT Brantas Abipraya
(Persero) Dalam Manajemen Isu (Studi Kasus Program Perusahaan
HOPE (*Home Ownerships Programs For Employee*))

Nama : Fauzan Putra Barnanda

NIM : 55221120008

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 12 Maret 2025

Jakarta, 12 Maret 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Panjaitan., S.Sos M.T)
3. Pembimbing :
(Dr. Irmulan Sati Tomohardjo M.Si)

(.....)

(.....)

(.....)



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

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi *Corporate Communication* PT Brantas Abipraya
(Persero) Dalam Manajemen Isu (Studi Kasus Program Perusahaan
HOPE (*Home Ownerships Programs For Employee*))

Nama : Fauzan Putra Barnanda

NIM : 5522112008

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 12 Maret 2025

Jakarta, 12 Maret 2025
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Panjaitan., S.Sos M.T)

(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Irmulan Sati Tomohardjo M.Si)

(.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Fauzan Putra Barnanda
NIM : 55221120008
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : *Strategi Corporate Communication PT Brantas Abipraya (Persero) Dalam Manajemen Isu (Studi Kasus Program Perusahaan HOPE (Home Ownerships Programs For Employee))*

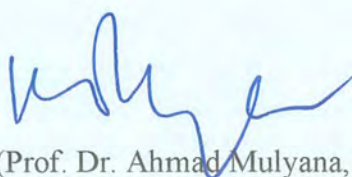
Jakarta, 12 Maret 2025

Dosen Pembimbing



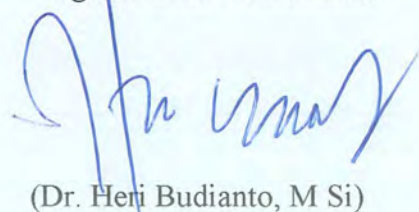
(Dr. Irmulan Sati Tomohardjo M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si)

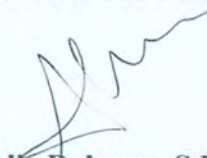
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama	:	Fauzan Putra Barnanda
NIM	:	55221120008
Program Studi	:	Magister Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	:	Korporat Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran

Dengan judul "**Strategi Corporate Communication Pt Brantas Abipraya (Persero) Dalam Manajemen Isu (Studi Kasus Program Perusahaan Hope "*Home Ownerships Programs For Employee*"**", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 10 Maret 2025 didapatkan nilai persentase sebesar 18%.

Jakarta, 10 Maret 2025
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

PERNYATAAN

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

Judul : Strategi *Corporate Communication* PT Brantas Abipraya (Persero) Dalam Manajemen Isu (Studi Kasus Program Perusahaan HOPE (*Home Ownerships Programs For Employee*))
Nama : Fauzan Putra Barnanda
N I M : 55221120008
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 12 Maret 2025

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.

Jakarta, 12 Maret 2025



(Fauzan Putra Barnanda)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya dengan nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penulisan tesis ini, tidak lupa teriring sholawat serta salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang memberikan peradaban kepada kita. Dengan rasa syukur, peneliti mempersembahkan Tesis yang berjudul **“Strategi Corporate Communications PT Brantas Abipraya (Persero) dalam Manajemen Isu (Studi Kasus Program HOPE “Home Ownerships Programs For Employee”)**”.

Tesis ini merupakan hasil jerih payah, dedikasi, dan perjalanan panjang yang telah peneliti tempuh, dan tidak akan mungkin terwujud tanpa bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak, Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Irmulansati Tomohardjo M.Si selaku pembimbing tesis yang telah banyak memberikan ilmu, meluangkan waktu, dan memberikan arahan selama penulisan Tesis ini.

Selain itu, penulis juga mengucapkan Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Tesis ini, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Heri Budianto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Afdal Makkuraga Putra M.Si selaku Ketua Sidang Akhir
5. Dr. Rosmawaty Hilderiah Panjaitan, M.T. selaku Dosen Penelaah Tesis.
6. Seluruh dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis.

7. Keluarga. Terima kasih Papa Barnas yang selalu hadir dan *support* di setiap proses pembuatan tesis ini. Lalu tidak luput juga Terima kasih peneliti kepada Ibu Diana, Ibu Nina, Ibu Ike, Mama Erwina, Fazri, Faundra dan Risa Rachmawati Santoso sebagai penyemangat peneliti dan atas dukungan dan doa yang tiada henti dipanjatkan untuk peneliti dalam menyusun tesis ini..
8. PT Brantas Abipraya (Persero) yaitu Segenap Manajemen yang telah memberikan izin serta dukungan dalam proses penelitian ini. Terima kasih juga para informan yang telah bersedia mendukung peneliti untuk menelaah penelitian ini menjadi lebih baik. Terima kasih juga kepada Bpk. Rahmaji selaku atasan langsung, Bpk. Ahmad Sofian, Bpk. Deviansyah P.M.
9. Flamboyan, kepada Yoko Darwanto, Mba Yani dan Bu Asih. Terima kasih atas support dan dukunganya selama ini.
10. Geng Kelas Menteng Mikom, Terima kasih banyak kepada seluruh teman seperjuangan kelas Mikom Menteng yang selama ini saling menyemangati serta membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan tesis ini dan memberikan warna baru dalam kehidupan, semoga kita bisa bertemu lagi, terutama Alfa, Citra, Bagis, Narso,, Donda Pak Vranklyn.

Semoga tesis ini dapat menjadi pijakan awal dalam eksplorasi lebih lanjut di bidang *Corporate Communication* dan Manajemen Isu dalam memberikan manfaat yang lebih luas bagi bangsa. Terima kasih atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan.

Jakarta, 12 Maret 2025



Fauzan Putra Barnanda

ABSTRAK

Penelitian ini menyoroti strategi *Corporate Communication* PT Brantas Abipraya (Persero) dalam Manajemen Isu, Perusahaan menghadapi tantangan komunikasi internal dan eksternal yang dapat memicu isu, misalnya terkait hubungan industrial, kebijakan internal, atau kritik dari karyawan tentang fasilitas dan program perusahaan, yaitu Program HOPE. Pada Tujuan Penelitian untuk menjelaskan Strategi *Corporate Communication* PT Brantas Abipraya (Persero) dalam Manajemen Isu Paradigma penelitian ini adalah konstruktivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami interaksi elemen-elemen strategi pada *Corporate Communication* PT Brantas Abipraya (Persero) melalui Teori 9 Langkah and 4 Tahap *Strategic Planing Public Relation* Model by Ronald D.Smith dan Teori Manajemn Isu oleh Regester dan Larkin. Metodologi penelitian menggunakan wawancara mendalam dengan narasumber kunci dan data sekunder dari studi literatur, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan pada *Fase 1 Formative Research, Step 1. Analyzing the Situation* terdapat kendala pada jarak hunian, *defect* pada unit dan skema pembiayaan unit hunian bagi karyawan; *Step 2 Analyzing the Organization* menilai urgensi dampak dan sumber internal/eksternal, dan *Step 3 Analyzing the Publics* adalah prioritas penanganan isu berdasarkan keluhan penghuni/karyawan. Pada *Fase 2 Strategy, Step 4 Etablising Goals and Objective* pemilihan strategi respon (pro-aktif dalam penyediaan layanan transportasi, perbaikan *defect* unit) dan reaktif dalam perbaikan. *Pada Step 5 Formulating Action and Respons* koordinasi lintas antara Sekretariat Perusahaan dan Departemen HC & GA serta PT GIB Land dalam merespon isu program HOPE. *Pada Step 6 Developing the Message Strategy* dalam penerapan komunikasi dinilai belum menonjolkan keunikan layanan perusahaan bagi penghuni/karyawan. *Fase 3 dalam Step 7 Selecting Communication Tactics* dalam penetapan taktik perlu adanya perbaikan teknis pada unit hunian dan revisi skema pembiayaan program hope (unit hunian karyawan) peningkatan komunikasi internal. *Step 8 Implementing the Strategic Plan* terdapat internalisasi program HOPE dan penguatan informasi pada kegiatan luring maupun daring. *Fase 4 Evaluation pada Step 9 Evaluation the Strategic Plan* diperlukan evaluasi dan revisi strategi dengan pengukuran efektivitas respon (survei kepuasan penghuni atau karyawan yang mengikut program HOPE) perlu ada penyesuaian kebijakan/Tindakan jika isu muncul kembali. Kesimpulan penelitian ini adalah Strategi *Corporate Communication 9 Langkah dan 4 Tahap dari Strategic PR Plan Ronald D. Smith*. Namun, terdapat 2 Langkah/Step yang belum optimal, yaitu pada *Fase 2 Strategy pada Step 5, dan Fase 4 Evaluation pada step 9*. Dalam penerapan manajemen isu berdasarkan Regester & Larkin, telah menunjukkan bahwa perbedaan antara janji program dan realitas operasional dapat diubah menjadi peluang perbaikan jika ditangani dengan komunikasi yang proaktif dan integratif. Evaluasi rutin melalui survei dan forum diskusi merupakan mekanisme penting untuk memastikan setiap isu segera diidentifikasi dan diperbaiki.

Kata Kunci : Komunikasi Korporat, Manajemen Isu.

ABSTRACT

*This study examines the Corporate Communication strategy at PT Brantas Abipraya (Persero) in handling issues. The company faces internal and external communication challenges that may trigger issues, such as industrial relations, internal policies, or employee complaints about the HOPE Program. The research aims to describe the Corporate Communication Strategy of PT Brantas Abipraya (Persero) in Issue Management. Employing a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach, it integrates Ronald D. Smith's 9 Steps and 4 Phases of Strategic Public Relations Planning and the Issue Management Theory by Regester and Larkin. Data collection involved in-depth interviews with key informants and secondary sources from literature and documentation. The findings show that **Phase 1 (Formative Research)** identifies challenges in housing distance, unit defects, and financing schemes (Step 1), assesses urgency and internal/external sources (Step 2), and prioritizes issues based on resident/employee complaints (Step 3). In **Phase 2 (Strategy)**, selecting proactive (transportation, unit repairs) and reactive responses (Step 4) requires cross-department coordination (Step 5), while the communication strategy (Step 6) needs to better highlight the company's unique services for employees. **Phase 3 (Tactics)** emphasizes technical improvements and revised financing (Step 7) and calls for stronger program internalization (Step 8). Finally, **Phase 4 (Evaluation)** mandates regular evaluations and policy adjustments (Step 9). In conclusion, PT Brantas Abipraya (Persero) applies Ronald D. Smith's 9 Steps and 4 Phases in its Corporate Communication Strategy, but Steps 5 (Phase 2) and 9 (Phase 4) remain suboptimal. Meanwhile, Regester & Larkin's approach to issue management shows that discrepancies between program promises and actual operations can be turned into opportunities for improvement if addressed with proactive and integrative communication. Regular evaluations—through surveys and discussion forums—are essential to ensure timely issue identification and resolution.*

Keywords: *Corporate Communication, Issue Management.*

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
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Fokus Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
KAJIAN LITERATUR.....	13
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	13
2.2 Novelty Penelitian	21
2.3 Kajian Teoritis	47
2.4 Kerangka Pemikiran	69
BAB III	71
METODOLOGI PENELITIAN	71
3.1 Paradigma Penelitian	71

3.2	Metode Penelitian	73
3.3	Subyek Penelitian	76
3.4	Teknik Pengumpulan Data	80
3.5	Teknik Analisis Data	85
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	88
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		100
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	101
4.2	Porgram HOPE (Home Ownership Programs for Employee)	127
4.3	Hasil Penelitian	130
4.4	Temuan Baru Penelitian	160
BAB V		164
KESIMPULAN DAN SARAN		164
5.1	Kesimpulan	164
5.2	Saran	167
DAFTAR PUSTAKA		170
Buku		170
Jurnal		171
Artikel Online		172
Dokumentasi Perusahaan		172
LAMPIRAN		173
1.	Lampiran CV Penulis	173
2.	Lampiran Surat Izin Penelitian	174
3.	Lampiran Balasan Surat Izin Peneliti	175
4.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 1	176
5.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 2	186
6.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 3	197
7.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 4	207
8.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 5	217
9.	Lampiran Transkrip Wawancara Informan 6	225
10.	Lampiran Aktifitas Media Sosial Program HOPE dan Wawancara	232
11.	Lampiran Surat Edaran Zoom Meeting Program HOPE	233
12.	Lampiran Prosedur Keterbukaan Informasi Publik	234
13.	Lampiran Berita Portal Abipraya Mobile	235

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1 Informan	77
Tabel 3.2 Definisi Konseptual Penelitian	83
Tabel 4.1 Status Karyawan/Kepegawaian PT Brantas Abipraya (Persero) 2024.....	105
Tabel 4.2 Jumlah Karyawan Berdasarkan Status Karyawan di PT Brantas Abipraya (Persero) 2024.....	107
Tabel 4.3 Uraian Tugas dan Indikator Keberhasilan.....	119
Tabel 4.4 Uraian Tugas dan Indikator Keberhasilan.....	122
Tabel 4.5 Uraian Tugas dan Indikator Keberhasilan.....	124
Tabel 4.6 Uraian Tugas dan Indikator Keberhasilan.....	127
Tabel 4.7 Ketersediaan Unit Apattemen Urban Height	128
Tabel 4.8 Analisis SWOT PT Brantas Abipraya Persero (sumber : Peneliti 2024)	139
Tabel 4.9 Pemangku kepentingan/Stakeholders internal dan eksternal PT Brantas Abipraya (Persero) (Sumber : Sekper, 2024).....	140
Tabel 4.10 Analisis Strategi Komunikasi Program HOPE di PT Brantas Abipraya (Persero) Berdasarkan 9 Langkah 4 Tahapan (Ronald D. Smith) (sumber : olah data 2024).....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Launching Program HOPE (Home Ownership for Employee) ..	3
Gambar 1.2 Rute yang menunjukkan akses Jalan Nasional (Biru Tua) dan Jalan Bebas Hambatan (Biru Muda) dari Apartemen Urban Heights menuju PT Brantas Abipraya (Persero)	5
Gambar 1.3 Promo Apartemen Urban Height pada media sosial	6
Gambar 1.4 Apartemen Urban height Kota Tangerang Selatan	7
Gambar 2.1 Steps and 4 Phase Strategic Planing Public Relation Model by Ronald D.Smith	52
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	70
Gambar 4.1 Nilai AKHLAK (Sumber : Kementerian Badan Usaha Milik Negara 2020)	110
Gambar 4.2 Logo PT. Brantas Abipraya (Persero) (Sumber : Company Porifle PT. Brantas Abipraya (Persero))	113
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Brantas Abipraya (Persero) (Sumber : KPTS_302DKPTSIX2023)	115
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Sekretariat Perusahaan (Sumber : KPTS_302DKPTSIX2023 Tentang Perubahan Struktur Organisasi)	116
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Departemen Human Capital & General Affair ((Sumber : KPTS_302DKPTSIX2023 Tentang Perubahan Struktur Organisasi)	117
Gambar 4.6 Penandatanganan MOU Kerjasama dengan BTN (kiri) dan Bank Syariah Indonesia (kanan)	128
Gambar 4.7 Sosialisasi Direksi Terkait Program HOPE	144