



**STRATEGI *INVESTOR RELATIONS* (IR) DALAM
MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN INVESTOR
OBLIGASI (Studi Kasus Penerbitan Obligasi PT Adhi
Commuter Properti Tbk.)**



DISUSUN OLEH :

SUTAKIM

55222120021

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

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

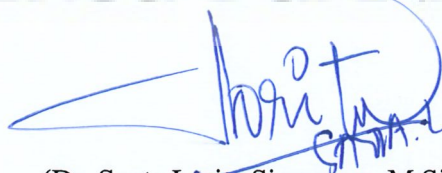
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Sutakim
NIM : 55222120021
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Komunikasi Korporasi dan Marketing
Judul Karya Akhir/Tesis : STRATEGI INVESTOR RELATIONS (IR) DALAM
MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN
INVESTOR OBLIGASI (Studi Kasus Penerbitan
Obligasi PT Adhi Commuter Properti Tbk.)

Jakarta, 19 Agustus 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing



(Dr. Santa Lörta Simamora, M.Si)

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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : STRATEGI INVESTOR RELATIONS (IR) DALAM
MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN INVESTOR
OBLIGASI (Studi Kasus Penerbitan Obligasi PT Adhi
Commuter Properti Tbk.)

Nama : Sutakim

NIM : 55222120021

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

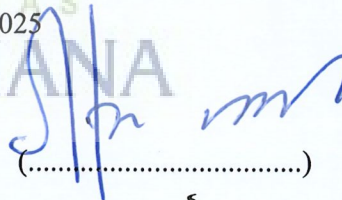
Konsentrasi : Komunikasi Korporasi dan Marketing

Tanggal : 21 Agustus 2025

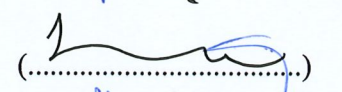
Jakarta, 19 Agustus 2025

Mengetahui,

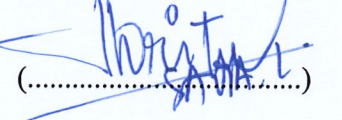
1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si)



(.....)



(.....)



(.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : STRATEGI INVESTOR RELATIONS (IR) DALAM
MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN INVESTOR
OBLIGASI (Studi Kasus Penerbitan Obligasi PT Adhi
Commuter Properti Tbk.)

Nama : Sutakim

NIM : 55222120021

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

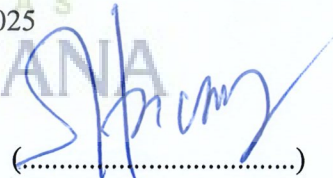
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Korporasi dan Marketing

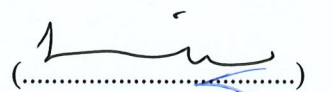
Tanggal : 21 Agustus 2025

Jakarta, 19 Agustus 2025
Mengetahui,

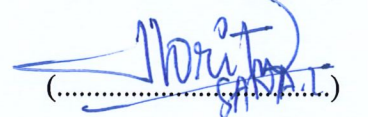
1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si)



(.....)



(.....)



(.....)

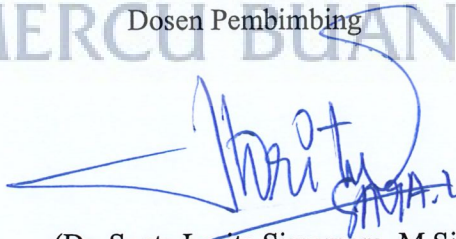
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Sutakim
NIM : 55222120021
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Komunikasi Korporasi dan Marketing
Judul Karya Akhir/Tesis : STRATEGI INVESTOR RELATIONS (IR) DALAM
MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN INVESTOR
OBLIGASI (Studi Kasus Penerbitan Obligasi PT Adhi
Commuter Properti Tbk.)

Jakarta, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing



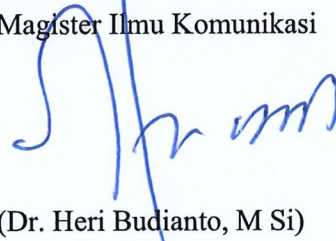
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si)

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 : Sutakim
NIM : 55222120021
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ **STRATEGI *INVESTOR RELATIONS* (IR) DALAM MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN INVESTOR OBLIGASI (Studi Kasus Penerbitan Obligasi PT Adhi Commuter Properti Tbk.)** ”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal **15 Agustus 2025**, didapatkan nilai persentase sebesar **17%**

Jakarta, 15 Agustus 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 INVESTOR RELATIONS (IR) DALAM MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN INVESTOR OBLIGASI (Studi Kasus Penerbitan Obligasi PT Adhi Commuter Properti Tbk.)
Nama : Sutakim
N I M : 55222120021
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 19 Agustus 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 19 Agustus 2025

B32F5ANX018817589
(Sutakim)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis diberikan kesempatan untuk terus belajar, juga kesehatan sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul "Strategi *Investor Relations* (IR) Dalam Menarik Dan Mempertahankan Investor Obligasi (Studi Kasus Penerbitan Obligasi PT Adhi Commuter Properti Tbk.)". Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada baginda nabi Muhammad SAW, junjungan umat yang telah membawa cahaya peradaban ke dunia.

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi pemikiran yang relevan dan mendorong pembaca untuk tidak hanya mengandalkan pengetahuan yang ada, tetapi juga aktif mencari informasi baru dan memperdalam pemahaman mereka.

Dan dalam kesempatan ini, adalah penghargaan yang besar bagi penulis untuk dapat menyampaikan ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung sehingga tesis ini dapat diselesaikan. Untuk itu, penulis sampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, energi positif serta dukungan yang sangat berarti kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Leila Mona Ganiem M.Si, M.Si, CPR, CICS, selaku Dosen Penelaah
6. Ibu dan Bapak dosen yang telah membagikan ilmunya kepada penulis :
Bapak Assoc. Prof. Dr. Afdal Makkuraga Putra, Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si, Bapak Dr. Achmad Jamil, M.Si, Bapak Dr. Syaifuddin, M.Si, Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T.
7. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis. Mbak Linda dan seluruh staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Segenap narasumber Bapak Fandi Pradana, Ibu Regina Karlinda, Bapak Bayu Purwana & Ibu Debora Dea yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengetahuan dan pengalamannya kepada penulis. Serta sangat berkontribusi dalam penyusunan tesis ini
9. Orang tua penulis : Ibu Surati dan Almarhum Bapak Suyono tersayang, yang selalu menuntun, memberikan perhatian dan kasih sayangnya. Ibu dan Ayah mertua penulis yang sangat penulis sayangi
10. Istri Penulis, Indri Pujiarti terima kasih telah begitu sabar menemani, memberikan dukungan dan kasih sayang. Anak-anak penulis Deon Ghaisan Albiansyah & Kynara Eshalia Shiva yang sangat penulis sayangi, terima

kasih selalu memberikan kebahagiaan dan setia menanti dirumah. Semoga kita dapat terus belajar dan berkembang bersama. Dan seluruh keluarga besar penulis tersayang. Penulis berharap karya ini menjadi teladan dan pengingat bahwa menuntut ilmu adalah perjalanan yang tak pernah berakhir.

11. Sahabat dan teman-teman yang selalu kebersamai penulis. Serta teman-teman Magister Ilmu Komunikasi Angkatan 42 dan 41, terima kasih atas suka cita dan terus saling menguatkan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini telah sempurna dengan kekurangannya, namun besar harapan penulis semoga karya ini bermanfaat, serta memberikan inspirasi, nilai dan arti sendiri baik kepada penulis maupun orang lain yang membacanya. Semoga kebaikan dari pihak-pihak tersebut akan mendapat pahala dan balasan berlimpah dari Allah SWT. Aamiin.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Agustus 2025

Sutakim

55222120021

ABSTRACT

This research is motivated by the increasing need for long-term financing in the property sector, particularly in the development of Transit Oriented Development (TOD) projects by PT Adhi Commuter Properti Tbk. (ADCP). To secure funding, the company issued bonds that required effective communication strategies through the role of Investor Relations (IR). Beyond financial reporting, IR plays a crucial role in building credibility and investor trust by applying persuasive communication approaches.

The purpose of this study is to analyze ADCP's IR strategies in attracting investors to purchase bonds and maintaining their trust after investment. Theoretical frameworks include persuasive communication theory as well as the roles and functions of IR. This research adopts a constructivist paradigm with a qualitative case study approach. Data were collected through in-depth interviews, documentation, and literature review, and analyzed using Miles and Huberman's interactive model.

The findings reveal that strategies to attract investors include preparing a comprehensive prospectus, engaging with regulators, conducting direct approaches, roadshows, and risk mitigation through CGIF guarantees. Meanwhile, strategies to sustain investor trust involve information transparency, two-way communication forums, site visits, and strengthening corporate reputation. These strategies reflect persuasive communication practices that combine logic (logos), credibility (ethos), and emotional appeal (pathos). The study highlights the strategic role of IR as a persuasive communicator in ensuring the success of bond issuance and strengthening long-term investor relations.

Keywords : investor relations, persuasive communication, bonds, adhi commuter properti, roadshow

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan pembiayaan jangka panjang pada sektor properti, khususnya pengembangan kawasan berbasis *Transit Oriented Development* (TOD) oleh PT Adhi Commuter Properti Tbk. (ADCP). Untuk mendukung pendanaan, perusahaan menerbitkan obligasi yang menuntut strategi komunikasi efektif melalui peran *Investor Relations* (IR). IR berfungsi tidak hanya menyampaikan informasi keuangan, tetapi juga membangun kredibilitas dan kepercayaan investor melalui pendekatan persuasif.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi IR ADCP dalam menarik investor untuk membeli obligasi sekaligus mempertahankan kepercayaan mereka setelah berinvestasi. Teori yang digunakan meliputi komunikasi persuasif serta peran, fungsi, dan tugas IR. Penelitian ini berparadigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, dokumentasi, serta kajian literatur, kemudian dianalisis dengan model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi menarik investor dilakukan melalui penyusunan prospektus, komunikasi dengan regulator, pendekatan langsung, *roadshow*, serta mitigasi risiko dengan penjaminan CGIF. Sementara itu, strategi mempertahankan kepercayaan investor meliputi keterbukaan informasi, forum komunikasi dua arah, *site visit*, dan penguatan reputasi perusahaan. Strategi tersebut mencerminkan penerapan komunikasi persuasif dengan kombinasi logika (*logos*), kredibilitas (*ethos*), dan daya tarik emosional (*pathos*). Temuan ini menegaskan peran strategis IR sebagai komunikator persuasif yang berkontribusi pada keberhasilan penerbitan obligasi serta penguatan hubungan jangka panjang dengan investor.

Keywords : *investor relations*, komunikasi persuasif, obligasi, adhi commuter properti, *roadshow*

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
<i>ABSTRAK</i>	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat & Kegunaan Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Akademis	19
1.4.2 Manfaat Praktis	20
1.4.3 Manfaat Sosial.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Landasan Teori & Konseptualisasi	38

2.2.1 Strategi Komunikasi.....	38
2.2.1.1 Jenis Strategi Komunikasi	39
2.2.2 Komunikasi Persuasif	40
2.2.2.1 Unsur-unsur dalam Komunikasi Persuasif	43
2.2.2.2 Teori Komunikasi Persuasif	44
2.2.2.3 Teknik Komunikasi Persuasif.....	45
2.2.2.4 Strategi Komunikasi Persuasif.....	47
2.2.3 Investor Relations	49
2.2.3.1 Peran, Fungsi dan Tugas <i>Investor Relations</i>	51
2.2.3.2 Media Komunikasi <i>Investor Relation</i> dengan Para Investor	53
2.2.4 Obligasi	55
2.3 Kerangka Berpikir	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1 Paradigma Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian.....	61
3.3 Pengumpulan Data	62
3.3.1 Data Primer	62
3.3.2 Data Sekunder.....	64
3.4 Teknik Pemilihan Informan	65
3.5 Teknik Analisa Data.....	69
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	77
4.1 Gambaran Umum PT Adhi Commuter Properti Tbk.	77
4.1.1 Sejarah PT Adhi Commuter Properti Tbk.	77
4.1.2 Visi, Misi dan Nilai-Nilai Perusahaan	80
4.1.3 Logo PT Adhi Commuter Properti Tbk.	83
4.1.4 Struktur Organisasi PT Adhi Commuter Properti Tbk.	84
4.1.5 Penerbitan Obligasi ADCP	85
4.2 Hasil Penelitian	87

4.2.1 Strategi <i>Investor Relations</i> ADCP Dalam Menarik Minat Investor	
Untuk Membeli Obligasi	87
4.2.1.1 Penyusunan Dokumen (Prospektus)	88
4.2.1.2 Komunikasi Dengan Regulator	90
4.2.1.3 Pendekatan Langsung Kepada Calon Investor	92
4.2.1.4 Roadshow Sebagai Media Perkenalan	94
4.2.1.5 Strategi Perlindungan Risiko Melalui Penjaminan CGIF	96
4.2.1.6 Strategi Meyakinkan Kembali Pada Tahap Book Building	99
4.2.2 Strategi <i>Investor Relations</i> ADCP Dalam Mempertahankan	
Kepercayaan Investor Yang Telah Membeli Obligasi	101
4.2.2.1 Keterbukaan Informasi dan Transparansi	101
4.2.2.2 Forum Komunikasi Dua Arah	104
4.2.2.3 Site Visit	106
4.2.2.4 Penguatan Reputasi Perusahaan	110
4.3 Hasil Pembahasan	113
BAB V KESIMPULAN & SARAN	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran.....	131
5.2.1 Saran Akademis	133
5.2.2 Saran Praktis	134
5.2.3 Saran Sosial.....	134
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Konstruksi Tiang Pancang Rel LRT Jabodebek	6
Gambar 1.2. LRT CITY Bekasi, Salah Satu Proyek Unggulan dari ADCP yang Terkoneksi dengan Stasiun LRT Jatimulya	7
Gambar 1.3. Penjualan Unit Apartemen di Jakarta 2016 sampai 2023	11
Gambar 1.4. Penurunan Minat Properti di Akhir Tahun 2023	12
Gambar 1.5. Komunikasi Melalui Public Expose ADCP 2023 dilakukan secara <i>Hybrid</i>	14
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	57
Gambar 3.1. Model Analisis Data Miles & Huberman (Sugiyono, 2015)	70
Gambar 3.2. Triangulasi Data (Sugiyono, 2015: 331)	75
Gambar 4.1. Head Office PT. Adhi Commuter Properti Tbk.	80
Gambar 4.2. Logo PT Adhi Commuter Properti Tbk.	83
Gambar 4.3. Struktur Organisasi PT Adhi Commuter Properti Tbk.	84
Gambar 4.4. Tangkapan Layar Credit Rating Perusahaan ADCP	97
Gambar 4.5. Laporan tahunan, laporan keuangan & laporan tata kelola	103
Gambar 4.6. Rapat Umum Pemegang Saham ADCP	105
Gambar 4.7. Site Visit Investor ke project Cisauk Point	107
Gambar 4.8. C-Hub Area Komersial di Cisauk Point	108
Gambar 4.9. Berita positif untuk menutupi berita negatif dan menjaga citra ADCP	111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2.2. Media Komunikasi dengan Para Investor	53
Tabel 3.1. Peran dan Kriteria Informan	68
Tabel 4.1. Peran dan Tugas Perusahaan BUMN pada Proyek LRT Jabodebek ...	78
Tabel 4.2. Daftar Pemegang Obligasi	87
Tabel 4.3. Aktivitas Komunikasi <i>Investor Relations</i> (IR) ADCP Berdasarkan Media Komunikasi dengan Investor	125

