

**STRATEGI MANAJEMEN KRISIS PT. BANK MANDIRI PERSERO TBK DALAM
MENJAGA CITRA LIVIN' BY MANDIRI**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Zulfa Chantika Octaviani

1181003036

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini merupakan hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk sudah saya nyatakan benar.

Nama : Zulfa Chantika Octaviani

NIM : 1181003036

Jakarta, 19 Agustus 2022

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Zulfa'.

Zulfa Chantika Octaviani

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Zulfa Chantika Octaviani

NIM : 1181003036

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Manajemen Krisis PT. Bank Mandiri Persero Tbk dalam Menjaga Citra Livin' by Mandiri

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr. ()

Penguji I : Kususanti, M.Si., CDM., Dr. ()

Penguji II : Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya yang hingga saat ini masih memberikan kita nikmat sehat dan nikmat iman, sehingga pada kesempatan kali ini saya masih bisa menyelesaikan tugas akhir penelitian saya yang berjudul “Strategi Manajemen Krisis PT. Bank Mandiri Persero Tbk Dalam Menjaga Citra Livin’ by Mandiri.” Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas segala dukungan, bantuan dan bimbingan dalam proses penelitian serta penyusunan skripsi ini kepada :

1. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr.
selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membimbing penulis dalam proses penyusunan tugas akhir dari awal hingga selesai.
2. Kususanti, M.Si., CDM., Dr.
selaku dosen penguji I yang sudah memberikan masukan sekaligus saran untuk tugas akhir penulis dari seminar proposal (sempro) hingga sidang akhir.
3. Mirana Hanathasia, S.sos, MmediaPrac.
selaku triangulator dalam penelitian ini yang telah memberikan sudut pandang nya mengenai manajemen krisis khususnya pada industri perbankan kepada penulis.
4. Frieda Prima Dwiyana
selaku staf Universitas Bakrie yang sudah membantu penulis dalam proses administrasi untuk tugas akhir dari awal hingga selesai.
5. Dicky Kristanto dan Kasyfil Warits
selaku pihak *Corporate Communication* PT. Bank Mandiri Persero Tbk yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi mengenai topik pada penelitian ini sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

6. Orangtua Penulis

Terima kasih kepada kedua orangtua penulis atas doa dan dukungan baik materil maupun moril kepada penulis

7. Teman-teman *Public Relations* 2018

Terima kasih kepada teman-teman peminatan PR (*Public Relations*), khususnya Muhammad Jolviansyah Surya Kasuma, Awalia Annisa Velgi, Almira Ramadheanti, dan Qotrun Nada yang sudah memberi masukan dan dukungan selama masa kuliah dan dalam penulisan tugas akhir kepada penulis.

Jakarta, 19 Agustus 2022

A rectangular area containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Zulfa'.

Zulfa Chantika Octaviani

STRATEGI MANAJEMEN KRISIS PT. BANK MANDIRI PERSERO TBK DALAM MENJAGA CITRA LIVIN' BY MANDIRI

Zulfa Chantika Octaviani

ABSTRAK

Komunikasi krisis merupakan permasalahan akibat kegagalan dalam proses komunikasi antar publik pada perusahaan atau organisasi. Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri Persero Tbk dalam menjaga citra Livin' by Mandiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen krisis yang dijalankan oleh *Corporate Communication* PT. Bank Mandiri Persero Tbk adalah melalui *Pre Crisis* yaitu bekerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti *Call Center Group* dan *Corporate Communication*, melakukan pemantauan berita di media sosial melalui *digital analytic tools*, melakukan sosialisasi kepada para staf untuk menghadapi saat terjadinya krisis. *Crisis Response* yaitu bersikap responsif dan pelaksanaan strategi permohonan maaf serta klarifikasi, *press conference*, dan *press release*, serta yang terakhir *Post Crisis* yaitu melakukan sosialisasi akun-akun palsu, menjalankan program promosi BI Fast, serta melakukan proses *maintenance* secara rutin setiap bulan mendekati tanggal gajian untuk menghindari kejadian serupa.

Kata kunci: Strategi Public Relations, Krisis, Manajemen Krisis

**CRISIS MANAGEMENT STRATEGY BY PT. BANK MANDIRI PERSERO TBK IN
MAINTAINING THE IMAGE OF LIVIN' BY MANDIRI**

Zulfa Chantika Octaviani

ABSTRACT

Crisis communication is a problem due to failure in the communication process between the public in a company or organization. This study uses a type of qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The research will focus on analyzing the crisis management strategy by PT. Bank Mandiri Persero Tbk in maintaining the image of Livin' by Mandiri. The findings of this study indicate that to determine the crisis management strategy carried out by PT. Bank Mandiri Persero Tbk in maintaining the image of Livin' by Mandiri. he results of this study indicate that crisis management was carried out by Corporate Communications of PT. Bank Mandiri Persero Tbk is through Pre-Crisis which is known to related parties such as the Call Center Group and Corporate Communication, monitoring news on social media through digital analytical tools, and conducting socialization to staff to deal with when a crisis occurs. Crisis Response, which is being responsive and implementing strategies for apology and clarification, press conference, press releases, and finally Post Crisis, socializing fake accounts, running the BI Fast program, and carrying out maintenance processes every month near the payday date to avoid similar incidents.

Keywords: Public Relations Strategies, Crisis, Crisis Management

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfa Chantika Octaviani

NIM : 1181003036

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Manajemen Krisis PT. Bank Mandiri Persero Tbk Dalam Menjaga Citra Livin by Mandiri

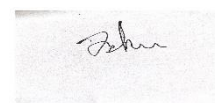
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Zulfa Chantika Octaviani

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Bagan	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep yang Relevan	7
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	28
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38

3.1	Desain dan Pendekatan	38
3.2	Objek dan Subjek Penelitian	39
3.3	Pengumpulan Data	39
3.4	Analisis Data	41
3.5	Triangulasi Data	43
3.6	Operasionalisasi Konsep	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	47
4.2	Penyajian Data	54
4.3	Pembahasan dan Diskusi	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Simpulan	78
5.2	Kendala dan Keterbatasan	79
5.3	Saran dan Implikasi	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Pengguna Aplikasi Mobile Banking Indonesia	4
Tabel 2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 3.6 Operasionalisasi Konsep	44

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran	35
Bagan 3.4 Komponen Analisis Data	39
Bagan 4.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Mandiri Persero Tbk	47
Bagan 4.1.3 Struktur Organisasi Corporate Communication	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan Nasabah 3

Gambar 1.1 Keluhan Nasabah 3

Gambar 1.1 Keluhan Nasabah 4

Gambar 1.1 Keluhan Nasabah 4

Gambar 4.1.5 Logo Lama Livin’ by Mandiri 51

Gambar 4.1.5 Logo Baru Livin’ by Mandiri 51

Gambar 4.2.2 Press Release PT. Bank Mandiri Persero Tbk 57

Gambar 4.2.2 Screenshot Trending Livin’ bu Mandiri di Twitter 57

Gambar 4.2.2 Respon Bank Mandiri Terhadap Keluhan Nasabah 58

Gambar 4.2.2 Sosialisasi Akun Palsu Oleh PT Bank Mandiri Persero Tbk 61

Gambar 4.2.2 Screenshot Program Promosi Bank Mandiri 62

Gambar 4.2.2 Screenshot Pemeliharaan Sistem Rutin Livin’ by Mandiri 62

Gambar 4.2.3 Screenshot Artikel Berita Tribun Bisnis Edisi 25 Februari 2022 .. 66

Gambar 4.2.3 Screenshot Reply Tweet Bank Mandiri 67

Gambar 4.2.3 Screenshot Respon Bank Mandiri 70