

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## MANAJEMEN KRISIS PMB UHAMKA (Studi Kasus TikTok Pop Ice PMB UHAMKA)

Muhamad Daffa Aditya

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76169&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu hal yang penting di masyarakat. Media sosial digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial. Salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia ialah TikTok. Media sosial TikTok menjadi media sosial yang digunakan oleh PMB UHAMKA dalam menampilkan apa saja yang ada di dalam UHAMKA. Salah satunya terdapat sebuah konten yang menjadi viral terkait dengan pekerjaan seseorang yaitu penjual Pop Ice, sehingga timbul sebuah kontroversi yang menyita perhatian netizen TikTok. Adanya kasus TikTok Pop Ice PMB UHAMKA ini tentu saja sudah menimbulkan krisis yang dapat membuat reputasi serta kredibilitas kampus menurun.

Penelitian manajemen krisis ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan The Three Stage Approach oleh W Timothy Coombs. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa langkah langkah yang dilakukan oleh PMB UHAMKA dalam mengelola management crisis pada kasus TikTok Pop Ice PMB UHAMKA.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Perolehan data penelitian dikumpulkan dari wawancara, observasi, atau berbagai dokumen yang telah dipelajari dan relevan. Maka dari itu, data didapatkan dari berbagai sumber untuk diuraikan dan dijelaskan secara detail perihal berbagai macam perspektif yang terkait dengan kasus yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PMB UHAMKA dalam mengelola manajemen krisis secara garis besar sudah melaksanakan konsep-konsep mengelola krisis menurut W. Timothy Coombs yakni: pre crisis, crisis, dan post-crisis. Peneliti melihat PMB UHAMKA dalam mengelola krisis di tahapan pencegahan belum menemukan strategi pencegahan yang dapat menyelesaikan masalah atau dapat mencegah perusahaan dari krisis. Peneliti belum menemukan program khusus berkelanjutan yang dijalankan oleh Humas UHAMKA maupun dari PMB UHAMKA untuk kebutuhan perubahan persepsi terhadap kepercayaan publik pada kasus Pop Ice yang terjadi. Perusahaan hanya menutupi kasus tersebut dengan prestasi-prestasi yang baru-baru ini di dapatkan oleh UHAMKA.