



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI MANAJEMEN KRISIS KLINIK NARINI
MEDICAL AESTHETIC DI ERA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**

Fitria Surya Utami

183112351650390

UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2022



UNIVERSITAS NASIONAL

**NARINI MEDICAL AESTHETIC CRISIS MANAGEMENT
STRATEGY IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC**

THESIS

**Submitted as one of requirement to obtain a Bachelor of
Communication Studies (S.I.Kom)**

Fitria Surya Utami

183112351650390

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2022



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fitria Surya Utami
Npm : 183112351650390
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Krisis Klinik Narini
Medical Aesthetic Di Era Pandemi Covid-19
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu pesyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Nasional Jakarta.

Disetujui untuk disahkan,

Jakarta, 13 September 2022

Dosen Pembimbing

Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds.

Dekan,



Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Fitria Surya Utami
NPM : 183112351650390
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Krisis Klinik Narini Medical
Aesthetic di Era Pandemi Covid - 19

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 3 September 2022 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 7 September 2022

Ketua Sidang : Dr. Dwi Kartikawati, S. Sos.

Penguji I : Nursatyo, S.sos., M.Si

Penguji II : Yulianto Hadiprawiro, S. Su, M.Ds

HALAMAN PERNYATAAN ORISINIL

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Fitria Surya Utami

NIM 183112351650390

Judul Skripsi : Strategi Manajemen Krisis Klinik Narini Medical
Aesthetic di Era Pandemi Covid-19

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil penelitian ,
penelitian dan juga pemaparan asli diri saya sendiri. Saya tidak mencantumkan
tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis
oleh orang lain atau sebagai bahan yang sudah pernah diajukan untuk gelar atau
ijazah pada Universitas Nasional maupun Perguruan Tinggi lainnya.

Jakarta, 27 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Fitria Surya Utami



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Fitria Surya Utami

Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Manajemen Krisis Klinik Narini Medical Aesthetic di Era Pandemi Covid-19

<p>Kata kunci Manajemen Krisis, Narini Medical Aesthetic, Pandemi</p>	<p>Tujuan penelitian ini, adalah untuk mengetahui Manajemen Krisis Klinik Narini Medical Aesthetic di Era Pandemi Covid-19. Situasi PPKM dan PSBB membatasi mobilitasi masyarakat pada umumnya, termasuk pasien Klinik Narini Medical Aesthetic. Hal ini berdampak bagi klinik, sehingga tidak ada omset yang dihasilkan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Manajemen Krisis oleh Steven Fink dan juga Teori Komunikasi Organisasi Birokrasi. Teori komunikasi Organisasi Birokrasi menjadi acuan karena untuk menelaah bagaimana seorang owner Klinik Narini Medical Aesthetic melakukan pola komunikasi pada karyawan yang ada di Klinik Narini Medical Aesthetic, dan juga teori dari Steven Fink tentang manajemen krisis digunakan untuk menganalisis cara owner menangani masalah atau krisis yang datang secara tidak terduga. Hasil penelitian ini adalah, dalam melakukan manajemen krisis Klinik Narini Medical Aesthetic melakukan pengurangan karyawan sebanyak tiga orang, menambah komposisi dalam produk yang sesuai dengan kebutuhan selama Pandemi Covid-19, melakukan teknik homecare serta menjual facial kit. Selama Covid-19 Pasien dan omset klinik terus menurun hingga dikhawatirkan akan gulung tikar, seperti beberapa perusahaan lainnya, namun Klinik Narini berhasil meningkatkan omset di tengah pandemi Covid-19 dengan cara teknik homecare dan juga mengeluarkan facial kit. Teknik homecare menjadi teknik andalan bagi Klinik Narini Medical Aesthetic yang hal ini disebabkan karena adanya ketertarikan jumlah pasien dengan program pemerintahan seperti minyalnya PPKM, PSBB, Lockdown. Klinik Narini Medical Aesthetic meyakinkan pada pasien bahwa, semua peralatan yang dibawa oleh Klinik ke rumah pasien adalah alat – alat yang sudah steril dan telah mengikuti SOP yang ada. Harapan Klinik Narini Medical Aesthetic dengan adanya inovasi baru omset bisa terus meningkat.</p>
<p>pembimbing</p>	<p>Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds</p>



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

ABSTRACT

Name : Fitria Surya Utami
Study Program : Communication
Title : Narini Medical Aesthetic Crisis Management Strategy in The Era of The Covid-19 Pandemic

<p>Key Word</p> <p><i>Management</i></p> <p><i>Crisis, Narini</i></p> <p><i>Medical, Pandemic</i></p>	<p><i>The purpose of this study was to find out the Crisis Management of narini Medical Aesthetic Clinic in the Era of the Covid-19 Pandemic. The situation of PPKM and PSBB limits the mobility of the community in general, including patients of the Narini Medical Aesthtetic Clinic. This has an impact on the clinic, so no turnover is generated. The theory used in this study is the Theory of Crisis Management by StevenFink and also the Theory of Bureaucratic Organizational Communication. The theory of Bureaucratic Organization communication is a reference because it is to examine how an owner of the Narini Medical Aesthetic Clinic performs communication patterns on employees at the Narini Medical Aesthetik Clinic, and also the theory from Steven Fink about crisis management is used to analyze how the owner handles problems or crises that come unintentionally Unexpected. The results of this study are, in conducting crisis management, the Narini Medical Aesthetic Clinic has reduced employees by three people, added composition in products that suit the needs during the Covid-19 Pandemic, carried out homecare techniques and sold facial kits. during Covid-19 Patients and clinic turnover continued to decline until it was feared that it would go out of business, like several other companies, but Narini Clinic managed to increase turnover in the midst of the Covid-19 pandemic by how to homecare techniques and also issue facial kits. . The homecare technique is a mainstay technique for the Narini Medical Aesthetic Clinic, which is due to the association of the number of patients with government programs such as PPKM, PSBB. Narini Medical Aesthetic Clinic assures patients that, all equipment brought by the Clinicto the patient's home is a tool that has been sterile and has followed the existing SOP. The hope of Narini Medical Aesthetic Clinic with new innovations can continue to increase turnover.</i></p>
<p><i>supervisor</i></p>	<p><i>Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds</i></p>

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan makalah ini, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan makalah yang berjudul “**Strategi Manajemen Krisis Narini Medical Aesthetic Di Era Pandemi Covid-19**” dengan tepat waktu.

Makalah ini disusun untuk memenuhi tugas akhir kuliah skripsi yang dibimbing oleh Yulianto Hadiprawibowo, M.Ds Selain itu penulis juga berharap agar skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan mahasiswa lainnya.

Saya mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya, untuk Ayah dan Ibu saya yang selalu menyemangati saya serta menjadi motivasi saya agar bisa menyelesaikan penulisan ini secara tepat waktu, serta memberikan cintanya yang tulus, doa serta hiburan kepada saya. Oleh sebab itu, kritik serta saran yang membangun akan saya terima dengan senang hati.

Selain itu saya juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. El. Army Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor di Universitas Nasional.
2. Dr. Ema Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fisip di Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi.

4. Nusatyo S.Sos., M.Si., selaku Sekertaris Prodi Ilmu Komunikasi.
5. Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds., Selaku Dosen pembimbing saya yang telah memberikan saya arahan secara sacar dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, meski begitu tidak akan mengurangi rasa hormat saya karena telah memberikan banyak sekali ilmu pengetahuan terhadap saya.
7. Keluarga besar saya yang terus memberian dukungan kepada saya, support saya, serta memberikan doa dan membahagiakan saya.
8. Sahabat dekat saya yaitu Ingkan, Tina, Mala, Audila, Julia, Fitri, Diah, Maria, Angel, Anisya, Dea, Riska, Nawang Fahirary, Mia, Mei, Lala, Anis, Indah, Indonesia ARMY serta Park Jimin yang sudah menjadi temanbaik yang selalu mendengarkan keluh kesah dan juga membantu sayadalam penyusunan skripsi ini. Semua cerita baik maupun suka dan duka, terimakasih sudah menjadi teman saya dan sabar dalam mendengarkan segala cerita saya.

Demikian yang saya dapat sampaikan. Akhir kata semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi saya maupun pembaca kedepannya

Jakarta, 27 Juli 2022

Fitria Surya Utami

DAFTAR ISI

COVER	i
COVER	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II. KAJIAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Teori.....	16
2.2.1 Manajemen	16
2.2.2 Krisis.....	19
2.2.3 Manajemen Krisis.....	25
2.2.4 Teori Komunikasi	28
2.2.5 Teori Komunikasi Kelompok	32
2.2.6 Kebutuhan Primer Sekunder Terser	35

2.2.7 Segmentasi Produk	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian	43
3.2 Penentuan Informan	44
3.2.1 Key Informan.....	44
3.2.2 Informan	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.1 Data Primer.....	45
3.3.2 Data Sekunder	46
3.4 Teknik Analisis Data.....	47
3.5 Lokasi Penelitian.....	49
3.5.1 Lokasi Penelitian	49
3.5.2 Jadwal Penelitian	49
BAB IV. HASIL PENELITIAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.2 Motto Perusahaan	52
4.1.3 Tata Letak	53
4.1.4 Krisis.....	60
4.1.5 Manajemen Krisis.....	61
4.1.6 Segmentasi Klinik	62
4.1.7 Deskripsi Subjek Penelitian.....	63
4.1.8 Deskripsi Hasil	63
4.2 Pembahasan.....	64
4.2.1 Komunikasi Kelompok Kecil	64
4.2.2 Teori Manajemen Krisis	65

4.2.3 Tahapan Pasca Krisis.....	73
BAB V. KESIMPULAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Teoritis	82
5.2.2 Saran Praktis	83

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 2.2	23
Gambar 3.4	49
Gambar 4.1	55
Gambar 4.2	67

