

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui komunikasi krisis honda kompo motor Purbalingga terhadap kasus patahnya rangka eSAF yang ditinjau dari *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang terdiri dari penolakan pengurangan kontrol, pembangunan kembali, dan strategi lain yang memperkuat hubungan organisasi dan *stakeholders*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Informan penelitian adalah kepala cabang Kompo Motor Purbalingga dan *Public Relations* yang dipilih menggunakan sampel jenuh. Instrumen pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Honda Kompo Motor Purbalingga tidak melakukan penolakan atas isu patahnya rangka Esaf; 2) Honda Kompo Motor Purbalingga dalam mengendalikan isu patahnya rangka eSAF dengan tidak menanggapi segala komentar di media sosial dan mengkonfirmasi kepada pihak yang memiliki rangka patah untuk memberikan solusi dengan memberikan rangka baru; 3) Honda Kompo Motor Purbalingga dalam meningkatkan reputasinya dengan memberikan garansi kerangka menjadi 5 tahun, memberikan kerangka baru secara gratis, membantu pemasangan kerangka baru secara gratis, dan memberikan layanan cek rangka (LCR) secara gratis; dan 4) Honda Kompo Motor Purbalingga menyarankan konsumen untuk mengunjungi AHASS terdekat untuk mempertanyakan kendala yang dirasakan.

Kata Kunci: Komunikasi, Krisis, Rangka eSAF, SCCT

## **ABSTRACT**

*The research aims to determine the crisis communication of Honda Kompo Motor Purbalingga regarding the case of broken eSAF frames in terms of Situational Crisis Communication Theory (SCCT), which consists of refusing to denial crisis response, diminish crisis response, rebuild crisis response, and other crisis response. This study used qualitative research methods. The research informants were the head of the Kompo Motor Purbalingga branch and Public Relations, who were selected using saturated samples. The data collection instrument uses an interview guide. Data analysis was carried out by data reduction, data presentation, and data verification. The research results showed that 1) Honda Kompo Motor Purbalingga did not deny the issue of the Esaf frame breaking; 2) Honda Kompo Motor Purbalingga in controlling the issue of broken eSAF frames by not responding to all comments on social media and confirming to the party who had the broken frame to provide a solution by providing a new frame; 3) Honda Kompo Motor Purbalingga in improving its reputation by providing a 5-year frame guarantee, providing a new frame for free, assisting with the installation of a new frame for free, and providing a free frame check service (LCR); and 4) Honda Kompo Motor Purbalingga advises consumers to visit the nearest AHASS to question perceived problems.*

*Keywords: Communication, Crisis, eSAF Framework, SCCT*