

STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS FESTIVAL MUSIK PESTAPORA

2025 DALAM MENGHADAPI KONTROVERSI *SPONSORSHIP*

PT. FREEPORT INDONESIA

SKRIPSI



Oleh:

AURA SYAH DHITAYANA

NPM. 19043010167

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

UPN VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS FESTIVAL MUSIK PESTAPORA

2025 DALAM MENGHADAPI KONTROVERSI *SPONSORSHIP*

PT. FREEPORT INDONESIA

SKRIPSI



Oleh:

AURA SYAH DHITAYANA

NPM. 19043010167

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Strategi Komunikasi Krisis Festival Musik Pestapora 2025 Dalam Menghadapi Kontroversi *Sponsorship* PT. Freeport Indonesia

Disusun oleh:



Aura Syah Dhitayana

NPM. 19043010167

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

Mengetahui

DEKAN



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI KRISIS FESTIVAL MUSIK PESTAPORA 2025
DALAM MENGHADAPI KONTROVERSI SPONSORSHIP PT. FREEPORT
INDONESIA**

Oleh:



Aura Syah Dhitayana
NPM. 19043010167

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 14 Juli 2026

PEMBIMBING



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

**TIM PENGUJI,
KETUA**



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

SEKRETARIS



Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A
NIP. 199207152024061001

ANGGOTA



Zahrotul Munawwaroh, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199712162024062002



Mengotahui
DEKAN

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Aura Syah Dhitayana
NPM : 19043010167
Angkatan : 2019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juli 2026
Yang Membuat pernyataan



Aura Syah Dhitayana
NPM. 19043010167

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Strategi Komunikasi Krisis Festival Musik Pestapora 2025 dalam Menghadapi Kontroversi *Sponsorship* PT. Freeport Indonesia”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, ilmu, tenaga, dan motivasi untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M. Med Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN Veteran Jawa Timur yang telah memberikan arahan, dukungan, serta memfasilitasi penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi.
3. Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si selaku selaku Dosen Wali yang telah memberika arahan, bimbingan, motivasi serta mendampingi penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi.

4. Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom selaku Dosen Penguji Proposal Skripsi yang telah membantu memberikan kritik, saran, dan masukan serta arahan yang membangun demi penyempurnaan penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Saifuddin Zuhri., M.Si selaku Dosen Penguji Proposal Skripsi yang telah membantu memberikan kritik, saran, dan masukan serta arahan yang membangun demi penyempurnaan penyusunan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN Veteran Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Seluruh tenaga kependidikan dan staf administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu kelancaran proses administrasi selama penulis menempuh pendidikan.
8. Kedua orang tua serta seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi dan pengorbanan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan doa, dukungan, dan perhatian yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Indah sebagai rekan seperjuangan penulis yang telah menjadi tempat bertukar pikiran, berbagi pengalaman, serta memberikan motivasi selama proses penyusunan skripsi hingga dapat menyelesaikan skripsi bersama.

11. Fida, Shefira, Ayu, Caca yang telah menjadi sahabat yang selalu mengingatkan dan memberi dukungan untuk dapat menyelesaikan semua proses dalam penelitian ini.
12. Elyza, Farza, Natasya yang telah memberi doa, dukungan, dan motivasi serta menjadi tempat nernagi cerita selama proses penyusunan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
13. Nabila, Annisa, Tungke, Natasya, Sonia yang senantiasa hadir memberikan motivasi, masukan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Diego, Togger, Auk telah menjadi pengingat dan memberikan bantuan serta dukungan selama menjalani proses penyusunan skripsi ini.
15. Seseorang yang telah hadir di penghujung proses penyusunan skripsi ini, terima kasih atas semangat, dukungan, dan energi positif yang diberikan sehingga penulis semakin termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan penelitian ini di masa datang.

Surabaya, 20 Juli 2026

Penulis

Aura Syah Dhitayana

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Komunikasi Krisis.....	13
2.2.2 Strategi Komunikasi Krisis	21
2.2.3 <i>Situational Crisis Communication Theory</i> (Teori Komunikasi Krisis Situasional).....	26
2.2.4 <i>Sponsorship</i> dalam <i>Event</i> Musik.....	37
2.3 Kerangka Berpikir	39
BAB III.....	41
3.1 Pendekatan Penelitian	41
3.2 Definisi Konseptual.....	42
3.2.1 Komunikasi Krisis.....	42
3.2.2 <i>Situational Crisis Communication Theory (SCCT)</i>	42
3.3 Subjek Penelitian.....	48

3.4 Pengumpulan Data	49
3.5 Analisis Data	53
BAB IV	58
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.1.1 Festival Musik Pestapora 2025.....	58
4.1.2 Kontroversi <i>Sponsorship</i> PT. Freeport Indonesia pada Festival Musik Pestapora 2025.....	61
4.2. Hasil dan Pembahasan.....	63
4.2.1 Strategi <i>Rebuild</i> melalui Penyampaian Permintaan Maaf (<i>Apology</i>).66	
4.2.2 Strategi <i>Diminish</i> melalui Pemberian Klarifikasi (<i>Justification</i>).....	76
BAB V	88
5.1 .esimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Unggahan Pernyataan Pengunduran Diri Musisi dari Pestapora.....	4
------------	---	---

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Berita Online Mengenai Kontroversi Sponsorship Pestapora.....	52
Tabel 4.1	Hasil Koding Data Penelitian Berdasarkan Kategori Strategi Komunikasi Krisis dalam <i>Situational Crisis Communication Theory (SCCT)</i>	64

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	41
----------------------------------	----

ABSTRAKSI

Kontroversi *sponsorship* antara Festival Musik Pestapora 2025 dan PT Freeport Indonesia memunculkan respons negatif dari publik serta berpotensi memengaruhi reputasi penyelenggara. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya strategi komunikasi krisis dalam sebagai upaya organisasi dalam merespons tekanan publik selama krisis berlangsung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi krisis yang diterapkan Festival Musik Pestapora 2025 dalam menghadapi kontroversi *sponsorship* PT Freeport Indonesia berdasarkan perspektif *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) mengacu pada Krippendorff. Data penelitian berupa enam pemberitaan media daring nasional yang memuat komunikasi resmi penyelenggara selama periode September hingga Oktober 2025. Analisis dilakukan dengan mengategorikan bentuk respons komunikasi krisis berdasarkan strategi dalam *SCCT*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi krisis Festival Musik Pestapora 2025 didominasi oleh strategi *Rebuild* melalui bentuk *Apology* dan strategi *Diminish* melalui bentuk *Justification*. Strategi *Rebuild* diterapkan melalui pengakuan atas kelalaian, penyampaian permintaan maaf, serta penerimaan tanggung jawab terhadap konsekuensi yang muncul. Sementara itu, strategi *Diminish* digunakan melalui penyampaian klarifikasi terkait kerja sama *sponsorship*, status pendanaan, dan pemutusan hubungan dengan PT. Freeport Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa Festival Musik Pestapora 2025 menerapkan kombinasi strategi *Rebuild* melalui *Apology* dan *Diminish* melalui *Justification* sebagai respons komunikasi krisis dalam menghadapi kontroversi *sponsorship* PT. Freeport Indonesia.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, Strategi Komunikasi, Pestapora 2025, *Sponsorship*

ABSTRACT

The sponsorship controversy between Pestapora Music Festival 2025 and PT Freeport Indonesia generated negative public responses and potentially affected the organizer's reputation. The situation highlights the importance of crisis communication strategies as an organizational response to public pressure during a crisis. This study aims to analyze the crisis communication strategies implemented by Pestapora Music Festival 2025 in addressing the sponsorship controversy with PT Freeport Indonesia based on the perspective of Situational Crisis Communication Theory (SCCT).

This study employed a qualitative approach using content analysis based on Krippendorff's framework. The research data consisted of six national online media reports containing official statements from the festival organizer during the period of September to October 2025. The data were analyzed by categorizing crisis communication responses according to the strategies identified in SCCT.

The findings indicate that Pestapora Music Festival 2025 primarily applied two crisis communication strategies: the Rebuild strategy through Apology and the Diminish strategy through Justification. The Rebuild strategy was implemented through acknowledgment of negligence, delivery of an apology, and acceptance of responsibility for the consequences arising from the controversy. Meanwhile, the Diminish strategy was applied through clarifications regarding the sponsorship cooperation, funding status, and termination of the partnership with PT Freeport Indonesia. The findings indicate that Pestapora Music Festival 2025 implemented a combination of the Rebuild strategy through Apology and the Diminish strategy through Justification as its crisis communication response to the sponsorship controversy involving PT Freeport Indonesia.

Keywords: *Crisis communication, Situational Crisis Communication Theory (SCCT), Communication Strategy, Pestapora 2025, Sponsorship*