

ABSTRAK

PT. Agung Automall adalah distributor Toyota yang berada dibawah naungan PT. Agung Concern Group sebagai bagian dari group yang sudah dibentuk sejak tahun 1972 dan lebih dikenal dengan Brand Agung Toyota. Pada saat terjadinya pandemi banyak sekali perubahan – perubahan dari pemerintah maupun perusahaan terkait kebijakan yang diberlakukan khususnya di kantor PT. Agung Automall Sutomo Pekanbaru. Hal tersebut tentunya menjadi tantangan bagi perusahaan untuk dapat bertahan di masa pandemi ini. Maka dari permasalahan tersebut PT. Agung Automall Pekanbaru melaksanakan kegiatan manajemen komunikasi dimulai dari tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap pelaksanaan, hingga tahap pengawasan yang dilaksanakan di perusahaan untuk tetap bertahan dikeadaan pandemi Covid – 19 yang tidak tahu kapan berakhirnya ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh PT. Agung Automall Sutomo Pekanbaru dalam upaya pencegahan covid – 19. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara ke beberapa narasumber yaitu kepada branch manager, sales supervisor dan sales executive PT. Agung Automall Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan manajemen komunikasi PT. Agung Automall Sutomo Pekanbaru menggunakan tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Kegiatan manajemen yang dilakukan oleh PT. Agung Automall Sutomo sudah berlangsung dengan baik, akan tetapi pada tahap perencanaan dan tahap pelaksanaan ada sebuah ketertinggalan dalam strategi perusahaan, selain itu juga kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan masih dianggap masih terpaku dengan kebijakan eksternal perusahaan.

Kata Kunci : Manajemen Komunikasi, Korporasi, Pencegahan Covid – 19.