

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi resiliensi yang diterapkan oleh Faza Mebel, sebuah UMKM mikro di sektor furnitur Jepara, dalam menghadapi tantangan pandemi COVID-19. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan studi kasus tunggal, penelitian ini mendalami bagaimana praktik komunikasi internal dan eksternal dijalankan sebagai upaya membangun ketahanan usaha. Teori Komunikasi Resiliensi dari Buzzanell (2010) digunakan sebagai kerangka analisis utama yang mencakup lima dimensi: crafting normalcy, affirming identity anchors, maintaining communication networks, putting alternative logics to work, serta legitimizing negative feelings while foregrounding productive action. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Faza Mebel dalam mempertahankan usahanya tidak hanya ditentukan oleh digitalisasi semata, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang terstruktur, partisipatif, dan berorientasi jangka panjang. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian komunikasi organisasi berbasis UMKM serta rekomendasi praktis bagi pelaku usaha mikro dalam menghadapi krisis melalui komunikasi yang resilien dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Kata Kunci: Digitalisasi, Faza Mebel, Komunikasi Resiliensi, Strategi Adaptasi, UMKM