

**STRATEGI RESPON KRISIS PENANGANAN KELUHAN
KONSUMEN RAJAWALI INDONESIA
(Studi Kasus Pada Penundaan *Event* Prambanan Jazz Virtual
Festival 2021)**



SKRIPSI
**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial
(S.I. Kom)**

MARTINA

18 090 6532

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI RESPON KRISIS PENANGANAN KELUHAN KONSUMEN
RAJAWALI INDONESIA**

(Studi Kasus Pada Penundaan *Event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MARTINA

180906532

disetujui oleh :



Dr. Gregoria Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comm.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Respon Krisis Penanganan Keluhan Konsumen Rajawali Indonesia
(Studi Kasus Pada Penundaan *Event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021)

Penyusun : Martina

NPM : 180906532

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 6 Desember 2022

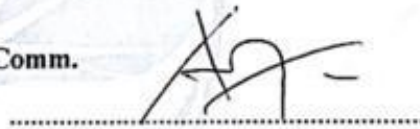
Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. Gregoria Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comm.

Penguji Utama



.....

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA., Dr.Phil.

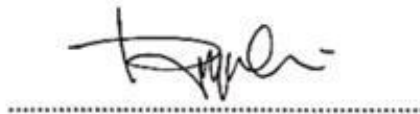
Penguji I



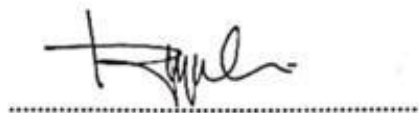
.....

Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA

Penguji II



.....



.....

Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

SURAT PERNYATAAN PENYIMPANAN IJAZAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Martina
Nomor Mahasiswa : 180906532
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Bandeng III no. 2, Minomartani, Ngaglik, Sleman, DIY
Nomor HP : 081315884877
Tanggal Yudisium : 31 Januari 2023

Menyatakan bahwa saya dapat menerima ketentuan masa penyimpanan Ijazah Universitas Atma Jaya Yogyakarta adalah selama 1 (satu) tahun setelah diterbitkan. Apabila dalam jangka waktu 1 (satu) tahun setelah diterbitkan ijazah saya tidak ambil, maka jika ijazah hilang, rusak atau terbakar bukan menjadi tanggung jawab Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Yogyakarta, 16 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,



(Martina)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Martina
Nomor Pokok Mahasiswa : 18 090 6532
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Strategi Respon Krisis Penanganan Keluhan Konsumen Rajawali Indonesia (Studi Kasus Pada Penundaan *Event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan secara mandiri secara orisinal dan otentik. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain hanya untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 18 November 2022

Saya yang menyatakan,



Martina

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Do the best and God will do the rest.”

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena Rahmat dan Kasih-Nya peneliti telah berdinamika hingga pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom. Selain itu, peneliti menyadari bahwa selama proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir, peneliti mendapatkan bantuan serta dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bu Dr. Gregoria Arum Yudarwati, SIP., M.Mktg.Comm, selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan tulus memberikan bimbingan serta memberikan dukungan terhadap peneliti selama proses penyusunan skripsi.
2. Papa dan Mama yang selalu memberikan dorongan dan apresiasi terhadap peneliti selama menyusun skripsi.
3. Mas Tovic Dwi Raharjo sebagai Direktur Utama, Chandra Cellano sebagai *Marketing Communication*, dan Agus Heriyanto sebagai Media Relasi Rajawali Indonesia yang telah menerima serta membantu peneliti dalam menggali data sehingga dapat dilaksanakannya penelitian ini.
4. Flavianus Aditya Riesta Saputra, Sintia, dan Magdalena Charlan Biru yang menjadi tempat bercerita serta tidak pernah bosan untuk memberi dukungan, nasihat, serta doa terhadap kelancaran skripsi peneliti.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membimbing dan menyampaikan berbagai macam pengetahuan bagi peneliti selama di bangku perkuliahan.

Akhir kata, peneliti menyadari terdapat banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi sehingga peneliti menghendaki adanya kritik maupun saran terhadap skripsi ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi para pembacanya dan bagi Rajawali Indonesia selaku objek penelitian.

Yogyakarta, 18 November 2022



MARTINA

No. Mhs: 18 090 6532 / KOM

**STRATEGI RESPON KRISIS PENANGANAN KELUHAN KONSUMEN
RAJAWALI INDONESIA
(Studi Kasus Pada Penundaan *Event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021)**

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada komunikasi respon krisis dalam menangani krisis keluhan konsumen Rajawali Indonesia pada penundaan *event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021. Terdapat dua tujuan dari penelitian ini, yaitu pertama mendeskripsikan tema pesan yang disampaikan Rajawali Indonesia dalam berbagai macam tulisan di media (*press release*, artikel berita, maupun tulisan yang dimuat di media sosial Instagram, *website*, dan WhatsApp). Kedua, mengidentifikasi strategi respon krisis yang digunakan Rajawali Indonesia dalam mengatasi krisis penundaan *event* dilihat dari pendekatan komunikasi yang dilakukan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus dengan narasumber Rajawali Indonesia. Hasil penelitian ini adalah terdapat tiga jenis strategi respon krisis yang digunakan perusahaan dalam menghadapi krisis yaitu *distance strategies*, *mortification strategies*, dan *suffering strategies*. Ketiga strategi ini digunakan Rajawali Indonesia dalam menyampaikan pesan kepada para penonton dalam bentuk *press release*, WhatsApp, *direct message* Instagram, dan kolom komentar Instagram. Penyampaian strategi respon krisis ini didukung oleh tiga nada pesan yaitu *real*, empati, dan informatif. Penggunaan nada pesan ini dilakukan untuk mendukung penyampaian pesan yang optimal sehingga dapat diterima dengan baik oleh para penonton.

Kata kunci: Krisis, Komunikasi Krisis, Strategi Respon Krisis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN PENYIMPANAN IJAZAH	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
1. LATAR BELAKANG	1
2. RUMUSAN MASALAH.....	6
3. TUJUAN PENELITIAN.....	6
4. MANFAAT PENELITIAN.....	7
5. KERANGKA TEORI.....	8
5.1. Krisis	8
5.2. Komunikasi Krisis.....	9
5.3. Strategi Respon Krisis.....	10
5.4. Hubungan Konsumen.....	15
6. KERANGKA KONSEP.....	17
7. METODOLOGI PENELITIAN.....	20
7.1. Jenis Penelitian	20
7.2. Metode Penelitian.....	21
7.3. Objek Penelitian	22
7.4. Subjek Penelitian.....	22
8. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	23
8.1. Wawancara Mendalam (<i>In-depth interview</i>).....	23
8.2. Dokumentasi.....	23
8.3. Analisis isi	24
9. Teknik Uji Validitas Data	24
10. Teknik Analisis Data.....	25

A.	Reduksi Data	26
B.	Penyajian Data.....	26
C.	Kesimpulan.....	26
BAB II.....		28
1.	Rajawali Indonesia	28
1.1.	Sejarah Berdirinya Rajawali Indonesia	28
1.2.	Logo Rajawali Indonesia dan Artinya.....	29
1.3.	Visi & Misi Rajawali Indonesia	29
1.4.	Struktur Organisasi Rajawali Indonesia	30
1.5.	Media Komunikasi Rajawali Indonesia.....	33
2.	Prambanan Jazz Festival	34
2.1.	Sejarah berdirinya Prambanan Jazz Festival	34
2.2.	Kronologis Penundaan Prambanan Jazz Virtual Festival 2021	36
BAB III		39
1.	Hasil Temuan Data.....	40
1.1.	Deskripsi Peristiwa Krisis Penundaan <i>Event</i> Prambanan Jazz Virtual Festival 2021	40
1.2.	Strategi Respon Krisis Rajawali Indonesia	47
2.	Analisis Temuan Data.....	72
2.1.	Krisis	73
2.2.	Komunikasi Krisis.....	75
2.3.	Strategi Respon Krisis	76
BAB IV		91
1.	Kesimpulan	91
2.	Limitasi	92
3.	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep	20
Gambar 2.1 Logo Rajawali Indonesia.....	29
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Rajawali Indonesia.....	30
Gambar 2.3 Komentar Instagram @prambananjazz	38
Gambar 2.4 Komentar Instagram @rajawaliindonesia	38
Gambar 3.1 <i>Press Release</i> Rajawali Indonesia.....	54
Gambar 3.2 <i>Press Release</i> Rajawali Indonesia.....	55
Gambar 3.3 <i>Press Release</i> Rajawali Indonesia.....	56
Gambar 3.4 <i>Press Release</i> Rajawali Indonesia.....	56
Gambar 3.5 <i>Press Release</i> Rajawali Indonesia.....	57
Gambar 3.6 Proses penyusunan <i>press release</i> Rajawali Indonesia.....	58
Gambar 3.7 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	60
Gambar 3.8 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	61
Gambar 3.9 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	61
Gambar 3.10 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	61
Gambar 3.11 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	62
Gambar 3.12 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	62
Gambar 3.13 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	62
Gambar 3.14 Pesan WhatsApp Rajawali Indonesia terhadap penonton	62
Gambar 3.15 Pesan <i>direct message</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton.....	64
Gambar 3.16 Pesan <i>direct message</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton.....	64
Gambar 3.17 Pesan <i>direct message</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton.....	64
Gambar 3.18 Pesan <i>direct message</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton.....	64
Gambar 3.19 Pesan <i>direct message</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton.....	64
Gambar 3.20 Pesan <i>direct message</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton.....	65
Gambar 3.21 Pesan <i>direct message</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton.....	65
Gambar 3.22 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	68
Gambar 3.23 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	68
Gambar 3.24 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	68
Gambar 3.25 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	68
Gambar 3.26 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	68
Gambar 3.27 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	68
Gambar 3.28 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	68

Gambar 3.29 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	69
Gambar 3.30 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	69
Gambar 3.31 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	69
Gambar 3.32 <i>comment</i> Instagram Rajawali Indonesia terhadap penonton	69
Gambar 3.33 Skema berpikir Analisis Strategi Respon Krisis Rajawali Indonesia	73



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Coding Sheets</i>	78
--------------------------------------	----

