

**STRATEGI PR DALAM PENANGANAN KRISIS PERUSAHAAN
PT.TELKOMSEL**

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi PR Dalam Penanganan Krisis Pasca Peretasan
Web Resmi PT.Telkomsel)

SKRIPSI



Oleh:

JESSICA MARVA MIRAHADI

NPM. 1443010199

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA
TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2018

**STRATEGI PR DALAM PENANGANAN KRISIS PERUSAHAAN
PT.TELKOMSEL**

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi PR Dalam Penanganan Krisis Pasca
Peretasan Web Resmi PT.Telkomsel)

Disusun Oleh:

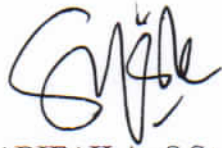
JESSICA MARVA MIRAHADI

NPM. 1443010199

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 23 Januari 2018

Pembimbing Utama

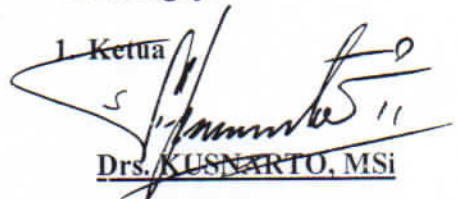


SYIFA SYARIFAH A., S.Sos, M.Commun

NPT. 384031002991

Tim Penguji

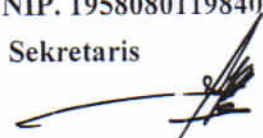
1. Ketua



Drs. KUSNARTO, M.Si

NIP. 195808011984021001

2. Sekretaris



Drs.SAIFUDDIN ZUHRI, M.Si

NPT.370069400351

3. Anggota



DR. CATUR SUTRATNOAJI, M.Si

NPT. 368049400281

Mengetahui,
DEKAN



DR. LUKMAN ARIF, M.Si

NIP. 196411021994031001

KATA PENGANTAR

Salam sejahtera untuk kita semua

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberi berkah dan rahmatnya dan dengan sekian banyak kendala yang di hadapi akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “STRATEGI PR DALAM PENANGANAN KRISIS PASCA PERETASAN WEB RESMI PT.TELKOMSEL” dengan baik.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu. Syifa Syarifa A, S.Sos, M.Commun selaku dosen pembimbing utama penulis yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi kepada penulis. Penulis juga menerima banyak bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril maupun materil.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang mendalam atas bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan proposal penelitian ini. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Lukman Arif, Msi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Sutratnoaji, Msi selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

3. Orang tua penulis, Bapak dan Ibu yang selalau mendukung penulis melalui dukungan moril maupun materil.
4. Adik kandung penulis, Tiara Rose Agrippina yang selalu setia menemani masa-masa sulit penulis.
5. Teman-teman penulis yang selalu ada saat suka maupun duka saat penulis mengerjakan penelitian ini.
6. Terimakasih untuk Mas David Sukma Putra yang memberi dukungan moril dan materil selama penulis mengerjakan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna karena segala keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diperlukan agar penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Terakhir penulis mengharapkan agar proposal penelitian ini dapat berguna sebagai salah satu fasilitas maupun acuan bagi pembaca maupun penulis lainnya.

Surabaya, November 2017

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Definisi Strategi.....	12
2.2.1.1. Strategi Dalam Humas.....	13
2.2.1.2. Strategi Penanganan Krisis Wasesa.....	16
2.2.2. Hubungan Masyarakat.....	19
2.2.2.1. Pengertian Humas.....	19
2.2.2.2. Fungsi Humas.....	21
2.2.2.3. Tugas Humas.....	23

2.2.2.4. Humas Dalam Perusahaan.....	24
2.2.3. Krisis Dalam Perusahaan.....	26
2.2.4. Citra.....	28
2.2.4.1. Definisi Citra.....	28
2.2.4.2. Proses Citra Terbentuk.....	29
2.2.4.3. Citra Dalam Perusahaan.....	30
2.3. Teori Komunikasi.....	32
2.4. Kerangka Berpikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Definisi Konseptual.....	38
3.2.1. Strategi Humas.....	38
3.2.2. Strategi Penanganan Krisis Wasesa.....	38
3.2. Fokus Penelitian.....	40
3.3. Informan dan Teknik Pemilihan Informan.....	40
3.4. Lokasi Penelitian.....	41
3.5. Objek Penelitian.....	41
3.6. Sumber Data.....	41
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8. Teknik Analisis Data Penelitian Kualitatif.....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.1.2. Slogan PT.Telkomsel.....	43
4.2. Penyajian Data.....	43
4.3. Identitas Informan.....	44
4.4. Analisis Data.....	46
4.4.1. Strategi PR PT.Telkomsel Menyiapkan Tim <i>Crisis Centre</i>	47
4.4.2. Strategi PR PT.Telkomsel Menyiapkan Paket Informasi.....	50
4.4.3. Strategi PR PT.Telkomsel Membuat Batasan Isu.....	53
4.4.4. Strategi PR PT.Telkomsel Melakukan Klarifikasi	57
4.5. Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Pembentukan Citra.....	28
Gambar 2.2. Kerangka pemikiran peran humas dalam memulihkan citra PT.Telkomsel pasca terjadinya krisis.....	34
Gambar 4.1. Hasil Wawancara Peneliti Mengenai Strategi PR.Telkomsel.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Interview Guide</i>	70
Lampiran 2. Naskah Wawancara Informan 1.....	73
Lampiran 3. Hasil Wawancara Informan 2.....	80
Lampiran 4. Naskah Wawancara Informan 3.....	83
Lampiran 5. Naskah Wawancara Informan 4.....	86
Lampiran 6. Foto Wawancara Bersama Informan Utama.....	89
Lampiran 7. Foto Wawancara Informan 3 dan 4.....	91
Lampiran 8. Bukti Web Telkomsel di Retas.....	92
Lampiran 9. Bukti Peretas Didukung Pelanggan Lain.....	94
Lampiran 10. Pemberitaan Telkomsel di Retas Akhir April.....	96

ABSTRAKSI

JESSICA MARVA MIRAHADI, STRATEGI PR DALAM PENANGANAN KRISIS PERUSAHAAN PT.TELKOMSEL (Studi Deskriptif Strategi PR Dalam Penanganan Krisis Pasca Peretasan Web Resmi PT.Telkomsel).

Penelitian ini didasarkan pada krisis yang terjadi di PT.Telkomsel. Web resmi perusahaan Telkomsel diretas oleh pelangganya sendiri yang menuntut penurunan harga paket internet. Peretasan ini didukung oleh pelanggan lainnya yang merasakan hal sama. Krisis ini membuat PT.Telkomsel menjadi bahan pembicaraan di media sosial sampai menjadi *trending topic*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Untuk menentukan informan, peneliti memilih informan yang dianggap memenuhi, memahami, dan terlibat dalam krisis ini. Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam dari informan. Strategi analisis data yang peneliti lakukan adalah membuat transkrip data dan melakukan kategorisasi.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa humas PT.Telkomsel menggunakan strategi penanganan krisis yang telah dibuat dan disepakati oleh pihak *corporate communication* dan direksi. Strategi yang dilakukan adalah dengan menyiapkan tim *crisis centre*, menyiapkan paket informasi, membuat batasan isu, dan melakukan klarifikasi kepada publik. Strategi yang dilakukan humas Telkomsel bisa dikatakan berhasil, karena krisis ini bisa terselesaikan dengan baik.

ABSTRACT

JESSICA MARVA MIRAHADI, PR STRATEGY OF PT.TELKOMSEL IN HANDLING CRISIS IN CORPORATE (*Descriptive Study of PR Strategy in Handling Crisis Post in PT.Telkomsel Official Web*).

This study was based on the crisis that occurred in PT.Telkomsel. The official Web of Telkomsel's company was hacked by its own merchant demanding a drop in internet package prices. Hacker was supported by other customers who feel the same. This crisis makes PT.Telkomsel had become the talk of social media to trending topic on Twitter. The method used is descriptive qualitative. To determine the informants, the researcher selects the informants who considered to meet, understand, and engage in this crisis. The author used observation techniques and in-depth interviews from collecting informant's data. Data analysis strategies that researchers do is to create transcripts and categorize data.

The conclusion of this research is that PT.Telkomsel's public relations use crisis handling strategy that has been made and agreed by the corporate communication and directors. The strategy is to prepare the crisis center team, prepare the information package, make the issue boundary, and make

clarification to the public. The strategy from the PR of PT.Telkomsel can be said successful, because this crisis can be solved nicely.