

**MANAJEMEN KRISIS KFC MOJOKERTO DALAM MENGHADAPI
PEMBOIKOTAN PRODUK BERAFILIASI ISRAEL**

SKRIPSI



OLEH :

INDRA RASENDRIYA PRATAMA

NPM. 20043010235

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2024


LEMBAR PERSETUJUAN
MANAJEMEN KRISIS KFC MOJOKERTO DALAM MENGHADAPI
PEMBOIKOTAN PRODUK BERAFILIASI ISRAEL

Disusun Oleh:

Indra Rasendriya Pratama
20043010235

Telah disetujui mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING


Roziana Febrianita, S.Sos.,M.A.
NPT. 17219820211048

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**MANAJEMEN KRISIS KFC MOJOKERTO DALAM MENGHADAPI
PEMBOIKOTAN PRODUK BERAFILIASI ISRAEL**

Oleh:

Indra Rasendriya Pratama
20043010235

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 08 Juli 2024

Pembimbing,

Roziana Febrianita, S.Sos., M.A.
NPT. 17219820211048

Tim Penguji,

1. Ketua

Dra. Dyva Claretta, M.Si.
NIP. 196601072021212001

2. Sekretaris

Roziana Febrianita, S.Sos., M.A.
NPT. 17219820211048

3. Anggota

Dra. Diana Amalia, M.Si.
NIP. 196309071991032001

Mengetahui,
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indra Rasendriya Pratama

NPM : 20043010235

Fakultas / Program Studi : FISIP / Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Manajemen Krisis KFC Mojokerto dalam Menghadapi Pemboikotan Produk Berafiliasi Israel

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 2 Juli 2024



(Indra Rasendriya Pratama)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat kesehatan, kesempatan, serta limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Manajemen Krisis KFC Mojokerto Dalam Menghadapi Pemboikotan Produk Berafiliasi Israel”** dengan lancar dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan lancar. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi F., S.Sos., M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Roziana Febrianita, S.Sos.,M.A. selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segala perhatian dan meluangkan waktu untuk memberikan saran, arahan serta nasihat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

5. Orang tua yang selalu mendoakan serta memotivasi penulis untuk senantiasa bersemangat dan tak mengenal kata putus asa. Terima kasih atas segala dukungan yang di berikan, baik secara material maupun spiritual hingga skripsi ini terselesaikan
6. Tidak lupa juga kepada sahabat dan teman – teman yang telah memberi saya masukan dan support dari mulai proses penyusunan judul hingga skripsi penelitian ini dapat terselesaikan.
7. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur 2020 yang selalu memberikan motivasi serta dukungan dalam menyusun proposal skripsi ini
8. Amanda Amelia Sari yang telah memberikan semangat, motivasi, dan nasihat agar skripsi ini segera terselesaikan.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu hingga skripsi ini terselesaikan

Adapun penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, penulis mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang ada, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa.

Surabaya, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Secara Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Tahapan Manajemen Krisis	17
2.2.2 Manajemen Krisis Untuk Mengembalikan Citra Merek.....	20
2.2.3 Pemboikotan Produk Berafiliasi Israel di Indonesia.....	27
2.3 Kerangka Berpikir	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3 Sumber Data Penelitian	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Wawancara.....	37
3.4.2 Dokumentasi	37

3.5 Teknik Analisis Data	38
3.6 Definisi Konseptual	39
3.6.1 Pemboikotan Produk	39
3.6.2 Manajemen Krisis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah <i>Kentucky Fried Chicken</i>	44
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	46
4.1.3 Logo Perusahaan	47
4.1.4 Struktur Organisasi	48
4.1.5 Identitas Informan	51
4.2 Penyajian dan Analisis Data	54
4.2.1 Tahapan Manajemen Krisis	54
4.2.1.1 Manajemen Isu Pemboikotan Produk KFC	54
4.2.1.2 Dampak Pemboikotan Produk	60
4.2.1.3 Strategi Perencanaan Dan Pencegahan Krisis	62
4.2.1.4 Respon Terhadap Krisis Pemboikotan	64
4.2.1.5 Pasca Krisis	71
4.2.1.6 Karakteristik Pada KFC	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 KESIMPULAN	80
5.2 SARAN	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Penjualan KFC Mojokerto	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 Logo perusahaan	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi di Restoran KFC Mojokerto.....	51
Gambar 4.3 Berita online pemboikotan KFC	55
Gambar 4.4 Berita online pemboikotan produk KFC	56
Gambar 4.5 seruan boikot melalui intagram KFC	58
Gambar 4.6 Berita online kerugian KFC akibat boikot	60
Gambar 4.7 Bantuan dana KFC Indonesia terhadap palestina.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Rangkuman Penelitian Terdahulu	15
Table 4 1 Uraian Pembagian Tugas Pegawai KFC Mojokerto.....	50
Tabel 4 2 Karakteristik Krisis KFC.....	73

ABSTRAK

Krisis yang tengah menggemparkan saat ini adalah boikot terhadap produk yang berafiliasi Israel. Media sosial telah menjadi panggung utama bagi gerakan BDS terhadap Israel yang merambah luas melalui platform seperti X, Facebook, dan Instagram. Dampak dari situasi ini dirasakan oleh restoran cepat saji Kentucky Fried Chicken (KFC), saat ramainya pemboikotan produk KFC Mojokerto salah satunya yang terdampak dengan menurunnya pengunjung dan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan manajemen krisis KFC Mojokerto dalam menghadapi pemboikotan produk berafiliasi Israel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen krisis yang dilakukan oleh KFC Respon krisis yang dilakukan KFC yang pertama, KFC melakukan penyaluran dana kemanusiaan dengan memndonasikan dana sebesar 1,5 miliar rupiah bekerja sama dengan PMI (Palang Merah Indonesia) untuk membantu korban di Palestina. Kedua, KFC Mojokerto mengoptimalkan penerapan 3 pilar dimana pada saat sebelum krisis tidak terlalu fokus untuk 3 pilar ini yaitu (*Produk excellent, service excellent, asset excellent*) setelah adanya isu pemboikotan tim manajemen melakukan inovasi dan meningkatkan 3 pilar ini dengan lebih fokus menjadi (*Produk excellent, people excellent, asset excellent*) standart operasional guna memberikan pelayanan terbaik dalam menghadapi isu boikot. Ketiga, Mengutamakan dan menggunakan produk lokal dalam negeri untuk seluruh proses produksi merupakan salah satu strategi penting yang diterapkan oleh KFC Mojokerto, dan ini telah dilakukan sejak lama sebelum krisis. Keempat mengembangkan strategi pemasaran yaitu dengan melakukan promosi yang sebelum krisis pemboikotan KFC Mojokerto hanya memiliki paket Jagoan Puas dan Super Puas. Lalu setelah adanya isu pemboikotan dari tim pemasaran mengembangkan paket baru yang disebut Paket Bounceback. Tujuan dari paket ini adalah untuk menarik kembali konsumen dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali ke KFC Mojokerto.

Kata kunci : Boikot, Krisis, Manajemen Krisis

ABSTRACT

The current crisis is the boycott of products affiliated with Israel. Social media has become the main stage for the BDS movement against Israel which has spread widely through platforms such as X, Facebook and Instagram. The impact of this situation was felt by the Kentucky Fried Chicken (KFC) fast food restaurant, during the mass boycott of KFC Mojokerto products, one of which was affected by a decline in visitors and sales. The aim of this research is to describe the management crisis of KFC Mojokerto in the face of the boycott of Israeli-affiliated products. The results of this research show that the crisis management carried out by KFC t The first crisis response carried out by KFC, KFC distributed humanitarian funds by donating funds amounting to 1.5 billion rupiah incollaboration with PMI (Indonesian Red Cross) to help victims in Palestine. Second, KFC Mojokerto optimized the implementation of 3 pillars, where before the crisis there was not much focus on these 3 pillars, namely (Excellent Products, Excellent Service, Excellent Assets) after the boycott issue, the management team innovated and improved these 3 pillars with more focus on (Products). very good, very good people, very good assets) operational standards to provide the best service in dealing with boycott issues. Third, prioritizing and using local domestic products for the entire production process is one of important strategies implemented by KFC Mojokerto, and this has been done long before the crisis. Fourth, develop a marketing strategy, namely by carrying out promotions before the crisis boycott. KFC Mojokerto only has the Jagoan Puas and Super Puas packages. Then after the boycott issue, the marketing team developed a new package called the Bounceback Package. The aim of this package is to attract consumers and encourage them to return to KFC Mojokerto.

Keywords: Boycott, Crisis, Crisis Management