

**MANAJEMEN REPUTASI DANONE-AQUA
DALAM PEMULIHAN CITRA PASCA KASUS
BOIKOT PRODUK BERAFILIASI ISRAEL**

(Analisis Isi Kualitatif Konten @AquaLestari di Instagram)

SKRIPSI



OLEH:

GILANG ILHAM PRATAMA
19043010124

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2024

**MANAJEMEN REPUTASI DANONE-AQUA DALAM PEMULIHAN CITRA
PASCA KASUS BOIKOT PRODUK BERAFILIASI ISRAEL
(Analisis Isi Kualitatif Konten @AquaLestari di Instagram)**

Disusun Oleh:

Gilang Ilham Pratama
NPM 19043010124

Telah disetujui untuk mengikuti ujian lisan skripsi

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**MANAJEMEN REPUTASI DANONE-AQUA DALAM PEMULIHAN CITRA
PASCA KASUS BOIKOT PRODUK BERAFILIASI ISRAEL
(Analisis Isi Kualitatif Konten @AquaLestari di Instagram)**

oleh:

Gilang Ilham Pratama
NPM 19043010124

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 19
November 2024**

PEMBIMBING

Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001

2. Sekretaris

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 196601072021212001

3. Anggota

Latif Ahmad F, S.I.Kom., M.A
NIP. 199207152024061001

Mengetahui,
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Gilang Ilham Pratama
NPM : 19043010124
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Manajemen Reputasi Danone-Aqua Dalam Pemulihan Citra Pasca Kasus Boikot Produk Berafiliasi Israel (Analisis Isi Kualitatif Konten @AquaLestari di Instagram)

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, 13 Desember 2024

Yang Menyatakan


(G) 02A20AKX800423133 a)
Gilang Ilham P

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis di antaranya 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 N. Febriyanti, M.Med.Kom selaku koorprodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Diana Amalia, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan pada penulis.
4. Kedua orang tua yang senantiasa mendukung, membimbing, dan mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
5. Nafisa Kahla, Sherina Shadewi, Danang Herzidan, Tiar Yugo, Ari Puji Raharjo, Fandi Nur Faizi, selaku rekan penulis yang selalu mendukung penulis selama proses penyusunan proposal skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan pada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.

Penulis memahami bahwa proposal skripsi ini masih memiliki kekurangan dan mengharapkan masukan serta kritik yang membangun.

Surabaya, 13 November 2024

Penulis

Gilang Ilham Pratama
19043010124

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Teoretis	17
1.4.2 Manfaat Akademis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	17
1.4.2 Manfaat bagi Masyarakat.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Public Relations dalam Manajemen Organisasi	24
2.2.2 Reputasi	25
2.2.2.1 Pengertian Reputasi	25
2.2.3 Manajemen Reputasi.....	27
2.2.4 Boikot.....	33
2.2.5 Media Sosial	35
2.2.6 Instagram	36

2.2.7 Analisis Isi Kualitatif	38
2.2.8 <i>Image Repair Theory</i>	41
2.2.9 <i>Situational Crisis Communication Theory</i>	44
2.2.8 <i>Tripple Bottom Line</i>	45
2.3 Kerangka Berpikir	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Definisi Konseptual	50
3.3.1 Manajemen Reputasi	50
3.3.2 Pencegahan	52
3.3.3 Reaksi	53
3.3.4 Pembelajaran dan Evaluasi	53
3.4 Fokus Penelitian	54
3.5 Unit Analisis	54
3.6 Korpus Penelitian	54
3.7 Teknik Pengumpulan Data	54
3.8 Teknik Analisis Data	55
3.8.1 Reduksi Data	55
3.8.2 Penyajian Data	55
3.8.3 Penarikan Kesimpulan	55
BAB IV PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2 Penyajian dan Analisis Data	59
BAB V PENUTUP	122
5.1 Kesimpulan	122
5.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
DAFTAR LAMPIRAN	136
Lampiran 1: Tangkapan Layar	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 0 Top <i>Brand</i> Index	4
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Brand</i> yang Mendukung Israel.....	7
Gambar 1. 2 <i>Brand</i> yang Menjadi Target Boikot	38
Gambar 1. 3 Komentar Negatif di Instagram.....	38

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	46
----------------------------------	----

**MANAJEMEN REPUTASI DANONE-AQUA DALAM
PEMULIHAN CITRA PASCA KASUS BOIKOT PRODUK
BERAFILIASI ISRAEL**

(Analisis Isi Kualitatif Konten @AquaLestari di Instagram)

Gilang Ilham Pratama

19043010124

ABSTRAKSI

Kasus pemboikotan terhadap AQUA sebagai bagian dari gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) karena dugaan afiliasi dengan Israel telah memengaruhi reputasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen reputasi yang dilakukan oleh Danone-AQUA dalam memulihkan citra pasca kasus boikot tersebut, dengan fokus pada periode unggahan Instagram @AQUALestari dari 23 Agustus 2023 hingga 09 September 2024. Penelitian ini menggunakan metode *Qualitative Content Analysis* (QualCA) dengan analisis isi unggahan pada akun Instagram tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen reputasi AQUA mengikuti model Robin Ten Dolle yang mencakup tahapan pencegahan, reaksi, serta pembelajaran dan evaluasi. Pada tahapan pencegahan, AQUA fokus pada pemberian nilai untuk membentuk narasi positif dan mengurangi potensi eskalasi isu negatif terkait afiliasi dengan Israel. Pada tahapan reaksi, AQUA lebih memilih untuk menghindari strategi yang dapat memperburuk situasi, seperti menghapus reaksi atau mengakui masalah secara langsung. Pada tahapan pembelajaran dan evaluasi, AQUA menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan melalui berbagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dan lingkungan, yang turut memperkuat reputasinya. Melalui pendekatan ini, AQUA berhasil mengurangi dampak negatif boikot dan berhasil memperbaiki citra perusahaan di mata publik.

Kata Kunci: *Manajemen reputasi, boikot, @AquaLestari*

ABSTRACT

The boycott against AQUA, as part of the Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) movement due to alleged affiliation with Israel, has affected the company's reputation. This study aims to analyze the reputation management carried out by Danone-AQUA in restoring its image following the boycott, focusing on the Instagram @AQUALestari posts from August 23, 2023, to September 9, 2024. This research uses the Qualitative Content Analysis (QualCA) method to analyze the content of the posts on the Instagram account. The findings show that AQUA's reputation management follows Robin Ten Dolle's model, which includes the stages of prevention, reaction, and learning and evaluation. In the prevention stage, AQUA focuses on providing values to shape a positive narrative and reduce the potential escalation of negative issues related to the affiliation with Israel. In the reaction stage, AQUA prefers to avoid strategies that could worsen the situation, such as deleting reactions or directly acknowledging the issue. In the learning and evaluation stage, AQUA demonstrates its commitment to sustainability through various Corporate Social Responsibility (CSR) activities in education, economic empowerment, and environmental fields, which further strengthen its reputation. Through this approach, AQUA successfully mitigated the negative impact of the boycott and improved its corporate image in the eyes of the public.

Keywords: Reputation management, boycott, @AquaLestari